

**GAMBARAN PERILAKU PENCARIAN INFORMASI PADA PENGGEMAR
MUSIK *KOREAN POP***



Oleh:

Muthia Shabira

1125121055

PSIKOLOGI

SKRIPSI

**Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mendapatkan Gelar
Sarjana Psikologi**

FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

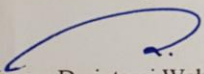
2019

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA
SIDANG SKRIPSI**

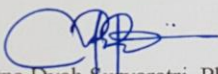
GAMBARAN PERILAKU Pencarian Informasi pada Penggemar
MUSIK KOREAN POP

Nama Mahasiswa : Muthia Shabira
NIM : 1125121055
Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : 16 Agustus 2019


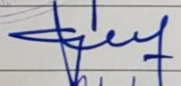
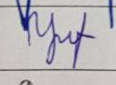
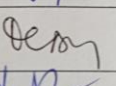
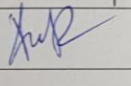
Pembimbing I


Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd
NIP.197909252002122001

Pembimbing II


Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D
NIP.197512162006042001

Panitia Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggungjawab)		26/08-2019
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)		22/08-2019
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Ketua Penguji)		26/08-2019
Deasyanti, Ph.D (Anggota)		23/08-2019
Vinna Ramadhany, M.Psi (Anggota)		26/08-2019

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Muthia Shabira

Nomor Registrasi : 1125121055

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Gambaran Perilaku Pencarian Informasi pada Penggemar Musik Korean Pop” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Juni 2019 sampai dengan bulan Juli 2019.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 27 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan



(Muthia Shabira)

LEMBAR MOTTO PERSEMBAHAN

“Whosoever desires constant success must change his conduct with the times.”

-Niccolo Machiavelli-

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, nenek, serta orang-orang yang pernah hadir di kehidupan saya karena mereka yang mendukung dan membantu saya untuk bangkit kembali. Mereka memotivasi saya untuk tetap berusaha menjadi seseorang yang lebih baik dan lebih berguna dari sebelumnya.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muthia Shabira
NIM : 1125121055
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Pendidikan Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Gambaran Perilaku Pencarian Informasi pada Penggemar Musik Korean Pop”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Agustus 2019

Yang menyatakan

(Muthia Shabira)

MUTHIA SHABIRA

**GAMBARAN PERILAKU PENCARIAN INFORMASI PADA PENGGEMAR
MUSIK KOREAN POP**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi

Universitas Negeri Jakarta

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan perilaku pencarian informasi yang dilakukan oleh penggemar musik *Korean Pop* (K-Pop). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif. Alat ukur perilaku pencarian informasi menggunakan teori Wilson yang telah diuji coba dengan hasil reliabilitas sebesar 0,96. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan cara sampling incidental. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 58 responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan yang merupakan penggemar musik K-Pop. Data penelitian ini diolah dan dianalisis dengan menggunakan aplikasi Winsteps versi 3.73 dan aplikasi SPSS versi 16. Berdasarkan hasil analisis data, perilaku pencarian informasi pada penggemar K-Pop yang memiliki skor dengan kategorisasi “melakukan sesuatu (*does*) untuk mencari informasi” sebanyak 6 responden (10,3%), sedangkan yang memiliki skor dengan kategorisasi “mengetahui sesuatu (*knows*) dalam mencari informasi” sebanyak 9 responden (15,5%), lalu yang memiliki skor dengan kategorisasi “mengetahui bagaimana (*knows how*) cara individu mencari informasi” sebanyak 23 responden (39,7%), dan perilaku pencarian informasi pada penggemar K-Pop yang memiliki skor dengan kategorisasi “menunjukkan (*shows*) bahwa seorang individu mencari informasi” sebanyak 20 responden (34,5%).

Kata kunci: perilaku pencarian informasi, Korean pop, K-Pop

MUTHIA SHABIRA

***DESCRIPTION OF INFORMATION SEEKING BEHAVIOR IN KOREAN POP
MUSIC FANS***

Thesis

Jakarta: Psychology course, Faculty of Psychology Education

State University of Jakarta

2019

ABSTRACT

The purpose of this study is to show about information-seeking behavior among Korean Pop music fans (K-Pop). This study used quantitative descriptive approach as a research method and adapted psychological scale to measure the behavior. The reliability of a psychological scale which refers to Wilson's theory in this study is 0,96. This study also used *incidental sampling* as a technic sampling to collect the data. The participants in this study are 58 respondents consisting of men and women who are fans of K-Pop music. Researcher used a Winstep 3.73 version dan SPSS 16 version as application to process and analyze the data of this study. The Result shown that information seeking behavior on K-Pop fans who score by categorization "do something to find information (does)" are 6 respondents (10.3%), K-Pop fans who have a score with categorization "know something in seeking behaviour (knows)" are 9 respondents (15.5%), then those who have score with categorization "(knows how) to find out the information" are 23 respondents (39.7%), and information seeking behavior on K-Pop fans who score by "showing that an individual seeking for information (shows)" are 20 respondents (34,5%).

Keywords: information seeking behavior, Korean Pop, K-Pop

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Kuasa-Nya pada penulis untuk menyelesaikan proses penyusunan skripsi dengan judul “Gambaran Perilaku Pencarian Informasi pada Penggemar Musik Korean Pop” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana psikologi di Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta. Keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Gantina Komalasari, M.Psi, selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gumgum Gumelar, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Mira Ariyani, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd, selaku dosen pembimbing I yang baik dan sabar dalam membimbing saya untuk menyusun skripsi, serta selalu mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D, selaku dosen pembimbing II.
6. Staff Administrasi dan Tata Usaha Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah membantu dalam proses administrasi dari masa perkuliahan hingga pemberkasan skripsi.
7. Ibu Gita Irianda Rizkyani Medellu, M.Psi, Psi. selaku dosen yang bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan *Expert Judgement* skala validasi instrumen pada penelitian ini.
8. Orang tua, nenek, dan kakak saya, terutama ibu dan nenek yang terus mendoakan dan mendorong saya untuk segera menyelesaikan perkuliahan dan wisuda.

9. Ibu Dra. Rita Juwita, MM, CDCS, adik dari ibu yang sudah seperti ibu kedua saya, yang memberikan fasilitas dan waktunya untuk mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi.
10. Raidini Putri Hasanah, S.Psi, teman baik yang memberikan arahan dan banyak mendukung saya dalam mengerjakan skripsi.
11. Muh. Amin Haq Ghifary, S.Psi, teman baik yang mengingatkan dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi.
12. Devie Yundianto, S.Psi, teman baik yang mengarahkan dan membantu dalam penggunaan Winstep dan SPSS.
13. Teman-teman kelas reguler B psikologi 2012 yang berkontribusi dan terus menyemangati hingga skripsi saya selesai.
14. Para penggemar K-Pop yang sudah meluangkan waktunya dengan mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
15. Panitia Dizkorea dan Generasi Daebak yang sudah mengizinkan saya untuk menyebar kuesioner di tengah event.
16. Semua pihak yang terlibat yang namanya tidak dapat dituliskan satu persatu namun berjasa dan memiliki kontribusi dalam masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.

Dalam penelitian ini, tentunya terdapat keterbatasan yang menjadi catatan dan semoga di penelitian yang akan datang dapat menjadi bahan refensi. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu psikologi dan bagi masyarakat umum yang membacanya.

Jakarta, 15 Agustus 2019

Muthia Shabira

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR MOTTO PERSEMBAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI ...	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
<i>ABSTRACT</i>	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Perilaku Pencarian Informasi	11
2.2 Model Perilaku Pencarian Informasi	14
2.2.1 David Ellis	14
2.2.2 Teori Informasi Wilson.....	15
2.3 Sumber Informasi	16
2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebutuhan akan Informasi	16

2.5	K-Pop	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1	Tipe Penelitian.....	21
3.2	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	21
3.2.1	Identifikasi Variabel Penelitian	21
3.2.2	Definisi Konseptual.....	21
3.2.3	Definisi Operasional.....	22
3.3	Populasi dan Sampel	22
3.3.1	Populasi	22
3.3.2	Sampel.....	22
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5	Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	23
3.6	Analisis Data	31
3.6.1	Analisis Kuesioner Awal	31
3.6.2	Uji Keterbacaan.....	31
3.6.3	Analisis Deskriptif Distribusi.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Gambaran Responden	34
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan	36
4.2	Prosedur Penelitian.....	36
4.2.1	Persiapan Penelitian	36
4.2.2	Pelaksanaan Penelitian.....	38
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian.....	38
4.3.1	Data Deskriptif Perilaku Pencarian Informasi	38
4.3.1.1	Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi	38
4.3.1.2	<i>Crosstabs</i> Data Keseluruhan Perilaku Pencarian Informasi	41
4.3.2	Hasil Data Keseluruhan Perilaku Pencarian Informasi.....	50
4.4	Pembahasan	50

4.5	Keterbatasan Penelitian	53
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Implikasi	54
5.3	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN.....		60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Konsumsi media K-Pop Indonesia berdasarkan kategori.....	18
Tabel 3.1. Kategori skor perilaku pencarian informasi.....	23
Tabel 3.2. Kisi-kisi skala perilaku pencarian informasi.....	24
Tabel 3.3. Kriteria reliabilitas item.....	28
Tabel 3.4. Item valid skala perilaku pencarian informasi.....	28
Tabel 4.1 Data Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4.2 Data Distribusi Usia Responden.....	35
Tabel 4.3 Data Distribusi Pendidikan Responden.....	36
Tabel 4.4 Distribusi Deskriptif Data Perilaku Pencarian Informasi.....	38
Tabel 4.5 Kategorisasi Skor Perilaku Pencarian Informasi.....	40
Tabel 4.6 <i>Crosstabs</i> Jenis Kelamin pada Perilaku Pencarian Informasi.....	41
Tabel 4.7 <i>Crosstabs</i> Usia pada Perilaku Pencarian Informasi.....	41
Tabel 4.8 <i>Crosstabs</i> Pendidikan pada Perilaku Pencarian Informasi.....	42
Tabel 4.9 <i>Crosstabs</i> Tujuan Mencari Informasi.....	43
Tabel 4.10 <i>Crosstabs</i> Metode Mencari Informasi.....	43
Tabel 4.11 <i>Crosstabs</i> Seberapa Sering Mencari Informasi.....	44
Tabel 4.12 <i>Crosstabs</i> Sumber Mendapatkan Informasi.....	45
Tabel 4.13 <i>Crosstabs</i> Sumber Utama Mencari Informasi.....	46
Tabel 4.14 <i>Crosstabs</i> Situs Internet Untuk Mengakses Informasi.....	46
Tabel 4.15 <i>Crosstabs</i> Sumber Elektronik Untuk Mencari Informasi.....	47
Tabel 4.16 <i>Crosstabs</i> Kegiatan Metode Mencari Informasi.....	48
Tabel 4.17 <i>Crosstabs</i> Seberapa Sering Menggunakan Internet.....	49

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, penggemar musik *Korean Pop* (K-Pop) di Indonesia semakin banyak. Fenomena *Hallyu Wave* atau yang biasanya disebut dengan *Korean Wave* (Gelombang Korea) ini merupakan hasil dari kebijakan politik Korea tentang bagaimana mereka menyebarkan budaya asli Korea keluar negeri yang ditetapkan pada tahun 1994, era dimana Kim Young-san menjadi orang nomor satu di Korea Selatan (Aryanti, 2017). Selanjutnya, Dwiki mengatakan bahwa isi rencana pembangunan yang dideklarasikan oleh Kim Young-san ini dimanifestasikan oleh Shin Nak-Yun, Menteri Budaya Korea pada saat itu, dengan menetapkan abad 21 sebagai “*Century of Culture*”. Banyak usaha yang dilakukan, salah satunya dengan cara memperkenalkan *boybands* dan *girlbands* asal Korea Selatan dengan berbagai macam *genre* musik yang menarik para penggemar dari semua usia dan jenis kelamin. Usaha ini membuahkan hasil dengan terdapatnya penggemar lintas negara dan penggemar lintas budaya di berbagai negara termasuk di Indonesia. Usaha menyebarkan budaya asli Korea keluar negeri ini menyebabkan semakin banyaknya orang yang menggemari dan mengonsumsi musik asal negara mereka.

Korean Pop menurut Taqwin (2016) adalah budaya yang berasal dari Negara Korea bagian Selatan yang mempunyai keunikan yang mampu menghasilkan kebahagiaan yang berbeda bagi penggemarnya, sehingga semakin hari semakin banyak orang yang menyukainya. Sekelompok orang atau penggemar yang sangat menikmati musik *K-Pop* yang menjadi bagian dari budaya Korea Selatan sejalan dengan perkembangannya disebut dengan *K-*

Popers. Sekelompok orang yang sangat menggemari musik K-Pop ini tidak jarang membuat suatu komunitas yang mempunyai kesungguhan terhadap keterkaitan kecerdasan dan impulsif dalam menyampaikan maksud musik *K-Pop* itu sendiri (Taqwin, 2016).

Menurut sudut pandang psikologi, kegandrungan para kpopers ini menimbulkan ketertarikan sekaligus kecemasan. Hal ini diakui oleh praktisi dan akademisi psikologi Vierra Adella. Dosen Universitas Atma Jaya Jakarta tersebut mengatakan bahwa kegandrungan para *k-popers* yang jumlahnya dapat dibilang *massive* sebagai sebuah fenomena dan jadi bahan baru pada sebagian orang untuk mencari uang. Adella menjelaskan bahwa hiburan Korea ini fenomenanya dipoles sedemikian rupa sehingga didukung semua aspek: media mendukung; bisnis mendukung; dan sosial media tidak berhenti membahas. Industri hiburan korea mereka juga produktif (Adella ketika berbincang dengan CNNIndonesia.com). Adella tidak memungkiri bahwa fenomena *fandom* atau keranjingan akan idola tersebut telah ada sejak dulu kala, termasuk era *The Beatles* atau pun *Elvis Presley*. Hal ini dapat dilihat pada sejumlah aksi fanatisme *k-popers* lainnya yang pernah terekam dalam pemberitaan, baik di Indonesia maupun di negara lain. Mulai dari rela menunggu berjam-jam untuk menyambut kedatangan idola, hingga menyakiti diri sendiri ketika mengetahui idola yang mereka sukai meninggal dunia. Menurut Adella kelompok remaja adalah sasaran utama mengapa konten atau hal apapun tentang korea termasuk k-pop atau k-drama menjadi menarik untuk ditelusuri. Misalnya ketika banyak media dalam bentuk memfasilitasi hiburan dari idola yang membuat penggemar dengan sang idola tersebut menjadi lebih dekat, seperti ketika para penggemar dapat mencermati kegiatan dan melihat curhatan sang idola yang beragam. Adella menyebutkan bahwa kondisi ini yang membuat anak-anak merasa dekat dengan idola mereka. Mereka akan berpendapat bahwa mereka sama seperti

idola mereka, dan ketika merasa sama, cara yang digunakan oleh idola tersebut akan ditiru juga.

Semakin berkembangnya *K-Popers* ini membuat pencarian informasi mengenai K-Pop tersebut akhirnya menjadi suatu dorongan untuk mereka. Hal ini dipermudah dengan kemajuan teknologi informasi yang sudah semakin maju. Untuk mengikuti perkembangan suatu grup atau mendengarkan lagu-lagu K-Pop, para penggemar dapat melakukannya dengan bantuan internet, antara lain seperti *twitter*, *instagram*, *facebook*, dan *youTube*. Pencarian informasi menjadi hal yang penting karena pada dasarnya merupakan hal yang sudah menjadi suatu kebutuhan individu yang sudah mengakar. Namun demikian, perilaku pencarian informasi ini terkadang menjadi sebuah hal yang sangat berarti dan wajib dilakukan oleh para penggemar K-Pop untuk dapat selalu terikat dengan idolanya. Hal inilah yang menjadi faktor yang mempengaruhi kebutuhan informasi penggemar K-Pop.

Kebutuhan akan keterikatan ini bahkan menjadi sebuah hal yang cukup mengganggu dalam kehidupan seorang individu apabila mereka tidak melakukan pencarian informasi tersebut. Ketersediaan informasi dan juga media sumber informasi menjadi sangat penting. Sesuai dengan hal tersebut, berdasarkan hasil wawancara terkait perilaku pencarian informasi penggemar musik K-Pop dikatakan oleh narasumber SY yang merupakan seorang pekerja kantoran dan DN yang merupakan seorang pengusaha muda. Mereka berdua adalah penggemar musik K-Pop yang merangkap sebagai *Disc Jockey*. SY menyebutkan bahwa dia mencari informasi dengan menggunakan *search engine* di *google*, melihat *music chart*, dan paling banyak mencari informasi dari sosial media seperti di *twitter*. Sedangkan dari media cetak atau majalah sendiri sudah jarang, karena kebanyakan mencari informasinya serba digital (menggunakan media elektronik). DN biasanya mencari informasi tentang K-Pop dari *twitter* dan *instagram*. Untuk waktu yang dihabiskan SY dalam

mencari informasi dari twitter biasanya dapat sampai belasan jam dalam sehari, walaupun SY sendiri dapat menyisihkan sekian jam untuk mencari informasi tentang K-Pop. Biasanya SY menghabiskan 3 jam untuk mencari informasi lagu kpop dalam sehari. Sedangkan menurut DN tidak ada spesifikasi waktu dalam mencari info tentang K-Pop. SY juga mengatakan bahwa dia pernah sampai tidak tidur karena mencari informasi dalam mempersiapkan *tracklist* serta *background-checking* lagu K-Pop yang diinginkan. Lalu SY menjelaskan bahwa dirinya pernah sampai lupa makan. DN pernah merasa sedih karena informasi tentang skandal dan kabar buruk seperti sakitnya sang idola. SY merasa butuh mencari informasi tentang K-Pop karena ia suka, apalagi menjelang artis K-Pop yang disukainya akan *comeback*, SY akan menyempatkan diri untuk meluangkan waktu (dalam mencari informasi tentang jadwal artis dan penjualan album lagu K-Pop tersebut). Sedangkan DN merasa membutuhkan informasi karena rasa ingin tahu dan *refreshing* untuk mengetahui sesuatu tentang hal-hal yang berhubungan dengan K-Pop. Sedangkan DN biasanya mencari informasi tentang K-Pop dengan kata kunci di mesin pencari di aplikasi twitter. SY biasanya menanyakan informasi tentang K-Pop dengan teman yang menyukai grup K-Pop yang sama. DN biasanya mencari informasi tentang K-Pop dengan bertanya ke teman *K-Poper* agar bisa dijelaskan oleh teman tentang informasi yang kadang tidak dimengerti. SY memastikan untuk mengecek informasi tentang k-pop, dengan dunia K-Pop yang rentan *hoax* dan rumor yang simpang siur jadi harus mengecek informasi yang dicari-didapatkan. Biasanya SY mencari informasi tersebut dari media sosial seperti twitter, kadang-kadang baca situs berita tentang K-Pop seperti *koreaboo* dan portal berita semacamnya tetapi jarang. Sedangkan DN memastikan informasi tentang k-pop dengan menanyakan hal terkait kepada teman. Berdasarkan hasil wawancara ini, penulis mendapatkan beberapa perilaku negatif yang dilakukan oleh SY dan DN yaitu pernah sampai tidak

tidur, lupa makan karena mencari informasi tentang musik dan lagu k-pop, serta merasa sedih karena informasi tentang skandal dan kabar buruk seperti sakitnya sang idola. Perilaku – perilaku tersebut dapat menjadi masalah karena merugikan diri pencari informasi. Mereka dapat jatuh sakit karena lupa waktu dan lupa makan saat mencari informasi. Kesedihan yang dialami oleh pencari informasi pun dapat berdampak buruk. Contohnya, ketika kasus bunuh diri yang dilakukan oleh Kim Jonghyun pada tahun 2017 silam. Banyak orang yang merasa sedih saat informasi ini tersebar ke seluruh dunia, namun beberapa penggemar dari idola k-pop tersebut merasa sedih yang berlarut hingga melakukan *self-harm* untuk bunuh diri juga. Setelah melihat fenomena-fenomena tersebut, penulis merasa perlu mengadakan penelitian mengenai perilaku pencarian informasi pada penggemar musik k-pop. Penulis ingin mengukur gambaran perilaku pencarian informasi pada penggemar musik k-pop.

Kebutuhan akan informasi berkaitan erat dengan pencarian informasi. Setiap orang yang memerlukan informasi membutuhkan tempo untuk memastikan apa yang ia perlukan, berdasarkan hal yang ia perlukan, setelah itu ia mengambil keputusan apa yang ia perlukan. Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pencarian informasi sebagai cara untuk melengkapi informasi yang dicari. Internet adalah sarana yang digunakan untuk menelusuri informasi sesudah buku dan sarana informasi lainnya. Kondisi pada saat ini, internet sudah menjelma menjadi suatu yang utama pada setiap lapisan masyarakat, baik di dunia akademik, pegawai kantor, yang berusia lanjut maupun yang masih belia, pria dan wanita, secara keseluruhan menjadi pengguna internet. Penggunaan internet dapat mendukung dalam proses pencarian berita atau informasi yang diperlukan. Mereka yang mencari berita terkini dengan cepat, melalui penggunaan internet dan didukung dengan media yang mencukupi antara lain seperti perangkat komunikasi yang berada di

masyarakat dengan mudah akan mendapatkan berita atau informasi yang mereka butuhkan. Namun dengan adanya internet sebagai sarana yang memudahkan kegiatan pencarian informasi, seorang individu yang tidak teredukasi atau tidak pernah belajar/diajari untuk memahami kode etik atau aturan dalam mencari serta menyebarkan informasi dapat terjerat Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Misalnya, seorang penggemar k-pop yang mengunggah konten-konten negatif, seperti membuat dan menyebarkan isu bedah plastik pada seorang anggota *girlband* k-pop yang lagunya menduduki tangga *music chart* teratas, dengan menggunakan salah satu akun media sosialnya tanpa sumber informasi serta data yang jelas. Pihak dari anggota *girlband* tersebut dapat menuntut penggemar yang mengunggah konten negatif dengan alasan pencemaran nama baik.

Penggunaan internet yang berada di Indonesia tercatat mengalami peningkatan di tahun 2018 lalu (Pratomo, 2019). Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Menurut Sekjen APJII, Henri Kasyfi, survei ini melibatkan 5.900 sampel dengan margin of error 1,28 persen. Data lapangan ini diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019. Hasilnya, menurut Henri, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet. Angka ini meningkat dari tahun 2017 saat angka penetrasi internet di Indonesia tercatat sebanyak 54,86 persen. “Dari tahun ke tahun angka kita terus naik,” ungkapnya. Menurut dia, kontribusi terbesar atas penetrasi internet di Indonesia berasal dari Pulau Jawa. Angka penetrasi di pulau ini mencapai 55 persen dari total keseluruhan. Sementara Pulau Sumatra berada di posisi kedua dengan menyumbang penetrasi sebesar 21 persen. Di Pulau Jawa, provinsi Jawa Barat menjadi wilayah dengan angka pengguna internet terbesar yang mencapai 16

persen. Sementara di Pulau Sumatra, Provinsi Sumatra Utara menjadi wilayah dengan jumlah pengguna internet terbesar yang mencapai angka 6,3 persen. Kendati demikian menurut Henri, penduduk di wilayah rural masih menghadapi kendala dalam terhubung dengan dunia maya. Meski tak merinci wilayah mana saja yang termasuk bagian rural, Henri menyebut ada 38,4 persen penduduk yang bukan merupakan pengguna internet. Henri mengungkapkan bahwa tahun ini pihak APJII melakukan survei dengan membagi wilayah survei per provinsi. Dengan demikian, hasil survei ini pihak APJII harap dapat menjadi bahan evaluasi untuk penyedia layanan internet di daerah rural. Dari seluruh pengguna internet di Indonesia, diketahui mayoritas yang mengakses dunia maya adalah masyarakat dengan rentang usia 15 hingga 19 tahun. Oleh karena itu, Henri pun mengatakan bahwa konten-konten yang beredar di internet harus lebih diawasi. Henri menjelaskan bahwa untuk umur, paling banyak di usia 15 sampai 19 tahun. Maka dari itu, konten-konten harus semakin diperhatikan.

Kita wajib memahami perihal apa yang berkaitan dalam proses pencarian suatu berita sebagai cara untuk memahami perilaku pencarian informasi, berdasarkan tingkat informasi hingga generasi muda tersebut dapat melengkapi keperluan akan informasi yang ditelusurinya. Setiap generasi muda mempunyai perspektif yang berbeda dalam menelusuri berita atau informasi yang diperlukannya. Perilaku pencarian informasi setiap individu dapat dipengaruhi oleh pola pikir yang dihasilkan dari perspektif yang berbeda. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perbandingan perilaku informasi terhadap masing-masing individu.

Penelitian ini dilakukan pada penggemar musik *Korean Pop* (K-Pop) di Jakarta karena Jakarta merupakan ibu kota negara dan menjadi target pasar *Hallyu Wave* sejak beberapa tahun silam. Jika ada konser *boyband* atau

girlband K-Pop, *venue* atau lokasi konser tersebut berada di Jakarta. Selain itu, banyak juga event-event K-Pop seperti kompetisi menyanyi lagu K-Pop dan juga *cover dance* yang diadakan hampir setiap bulan. Oleh karena itu, dengan dukungan teknologi dan informasi di Jakarta, penulis ingin mengetahui bagaimana perilaku pencarian informasi pada penggemar musik *Korean Pop* (K-Pop). Pencarian atau penemuan informasi yang penggemar K-Pop dapatkan bisa berdampak negatif bagi mereka dan warga sekitar. Bahkan para penggemar tersebut dapat memasuki ranah hukum apabila mereka melakukan pelanggaran yang melanggar UU ITE maupun yang berkaitan dengan musik K-Pop, misalnya pemberitaan media tentang anggota atau personil dari suatu *boyband* atau *girlband* K-Pop, isu tentang bedah plastik, dll.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang diidentifikasi adalah:

- 1.2.1.** Bagaimana gambaran mengenai penggemar musik *Korean Pop*?
- 1.2.2.** Bagaimana gambaran mengenai perilaku pencarian informasi pada penggemar musik *Korean Pop*?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka penelitian ini dibatasi pada masalah: Bagaimana gambaran mengenai perilaku pencarian informasi pada penggemar musik *Korean Pop*?

1.4. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, perumusan masalahnya yaitu “Bagaimana gambaran perilaku pencarian informasi pada penggemar musik *Korean Pop*?”

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gambaran perilaku pencarian informasi pada penggemar musik *Korean Pop*.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan sangat bermanfaat bagi masyarakat umum (tidak hanya terbatas pada mahasiswa) seperti pengamat perilaku, guru, dan juga pemerintah sebagai pemutus kebijakan yang terkait dengan kebudayaan dan pendidikan.

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan baru bagi mahasiswa mengenai perilaku pencarian informasi pada penggemar musik K-Pop khususnya di bidang ilmu psikologi sosial, menjadi sumbangan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu psikologi, dan dapat memberikan referensi maupun data tambahan bagi penelitian terkait selanjutnya di masa depan.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian yang akan penulis adakan adalah para penggemar K-Pop dapat mengetahui perilaku komunitas mereka dan dapat melakukan perbaikan jika dirasa ada yang perlu diperbaiki.

1.6.2.1. Subjek Penelitian

Untuk memberikan informasi dan pemahaman yang baru bagi para penggemar musik *Korean Pop* agar dapat memahami diri sendiri dan perilaku pencarian informasi yang mereka lakukan dapat menghasilkan dampak yang positif.

1.6.2.2. Masyarakat

Untuk memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat dan memahami bagaimana perilaku pencarian informasi pada penggemar musik *Korean Pop* agar mereka memahami dan dapat mencontoh perilaku yang dapat berdampak positif tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Pencarian Informasi

Perilaku pencarian informasi menurut Case (dalam Gyasi, 2016) merupakan kegiatan sehari-hari biasa yang menjadi penting ketika seseorang harus mengambil keputusan besar dalam hidup atau menyelesaikan suatu tugas dalam waktu yang ditentukan. Dalam keadaan seperti itu, seseorang terus mencari informasi dari berbagai macam sumber hingga kebutuhannya terpenuhi atau tujuannya telah tercapai. Pada kesempatan lain, pencarian informasi terpicu ketika seseorang secara tidak sengaja menjadi tertarik dalam sebuah topik dan memutuskan untuk mencari lebih banyak informasi tentang topik tersebut untuk mengedukasi dirinya sendiri. Pencarian informasi semacam itu tidak terinspirasi oleh tujuan tertentu. Case (dalam Gyasi, 2016) menjelaskan pencarian informasi tersebut sebagai “aspek umum kehidupan manusia”. Pencarian informasi sering kali didefinisikan sebagai suatu pencarian pada informasi sebagai hasil dari kebutuhan atau jarak dalam pengetahuan seseorang. Sebagai contoh, Wilson (1999) mendefinisikan perilaku pencarian informasi sebagai suatu “konsekuensi dari kebutuhan yang dirasakan oleh pengguna informasi, yang untuk memenuhi kebutuhan itu, membuat tuntutan pada sumber informasi formal atau informal atau layanan yang menghasilkan keberhasilan atau kegagalan untuk menemukan informasi yang relevan”. Wilson (2000) sekali lagi mendefinisikan perilaku pencarian informasi sebagai “mencari informasi secara *purposive* yang merupakan konsekuensi dari kebutuhan untuk memenuhi beberapa tujuan. Dalam perjalanan mencari, individu dapat berinteraksi dengan sistem informasi manual (seperti surat kabar atau perpustakaan), atau dengan sistem berbasis komputer (seperti World Wide Web)”. Case (dalam Gyasi, 2016) mendefinisikan pencarian informasi

sebagai “upaya sadar untuk memperoleh informasi dalam menanggapi kebutuhan atau kesenjangan dalam pengetahuan anda”. Beberapa penulis telah memberikan definisi yang lebih umum. Diantaranya Uhegbu (dalam Gyesei, 2016) mendeskripsikan perilaku pencarian informasi sebagai cara pengguna berperilaku dalam hal mencari informasi. Ajiboye dan Tella (dalam Gyesei, 2016) menjelaskan perilaku pencarian informasi sebagai “cara orang mengumpulkan dan mencari informasi untuk keperluan pribadi mereka, pembaruan pengetahuan dan pengembangan. Majid dan Kasim (dalam Gyesei, 2016) mendefinisikan perilaku pencarian informasi sebagai “istilah yang luas, yang melibatkan serangkaian tindakan yang dilakukan individu untuk mengekspresikan kebutuhan informasi, mencari informasi, mengevaluasi dan memilih informasi, dan akhirnya menggunakan informasi ini untuk memenuhi kebutuhan informasinya”. Sedangkan Kaniki (dalam Gyesei, 2016) berpendapat bahwa proses dalam pencarian informasi dan sejauh mana sang pencari memenuhi kebutuhan itu tergantung pada tingkat pencarian informasi, pencarian dan penggunaan, yaitu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki seorang individu.

Dari pendapat para ahli di atas dapat dianalisa bahwa terdapat beberapa perilaku yang mendasari seseorang mencari informasi, mulai dari kegiatan untuk melandasi pengambilan keputusan, untuk mengedukasi diri, untuk memenuhi kebutuhan atas informasi pembaharuan dan pengembangan, sampai untuk kebutuhan peningkatan keterampilan.

Perilaku mencari informasi adalah sebuah aspek dari literasi informasi. Boon et al. (dalam Timmers dan Glas, 2010) menggambarkan hubungan antara dua konsep ini sebagai: "satu langkah menuju literasi informasi adalah sebuah syarat untuk memperoleh perilaku pencarian informasi yang tepat". Kerangka kerja yang menggambarkan literasi informasi dalam pendidikan yang lebih tinggi, seperti standar ACRL, dapat digunakan sebagai sumber untuk menentukan perilaku pencarian informasi yang diinginkan oleh seorang individu. Dalam ilmu perilaku dibedakan antara perilaku fisiologis, kognitif dan afektif. Wilson (1999) telah mempelajari model-

model yang digunakan dalam penelitian perilaku informasi. Dia menyarankan “Model Sarang” untuk area penelitian perilaku informasi. Penelitian tentang perilaku informasi berkaitan dengan totalitas perilaku manusia dalam kaitannya dengan sumber dan saluran informasi, termasuk pencarian informasi aktif dan pasif, dan penggunaan informasi. *Sub-set* bidang investigasi ini adalah penelitian tentang perilaku pencarian informasi.

Bidang ini berkaitan dengan pencarian informasi secara sengaja untuk menyelesaikan masalah informasi tertentu. Wilson (1999) membahas model pencarian informasi berikut ini: Ellis (1997) model perilaku strategi pencarian informasi; Kulthau (dalam Timmers dan Glas, 2010) model tahapan perilaku pencarian informasi; dan modelnya sendiri (Wilson, 1996 dalam Timmers dan Glas, 2010). Dalam modelnya sendiri, Wilson menjelaskan empat mode perilaku pencarian informasi: perhatian pasif, pencarian pasif, pencarian aktif, dan pencarian berkelanjutan. Model Ellis dan Kulthau fokus pada mode pencarian aktif, seperti halnya penelitian ini. Fitur dan tahapan yang dibedakan oleh Ellis dan Kulthau, masing-masing dapat dihubungkan dengan satu atau lebih standar ACRL dan indikator kinerja yang mendasarinya.

Model pencarian informasi bervariasi dalam penekanannya pada aspek fisiologis, kognitif dan afektif dari perilaku pencarian informasi. Penelitian tentang perilaku pencarian informasi dipandang sebagai sub-set perilaku pencarian informasi. Penelitian ini berfokus pada interaksi antara pengguna informasi dan sistem informasi berbasis komputer dan dengan demikian sesuai dengan konsep TIK sebelumnya tentang keterampilan informasi (Boekhorst, 2003 dalam Timmers dan Glas, 2010) dan keterampilan operasional dan formal (Van Deursen dan Van Dijk, 2008 dalam Timmers dan Glas, 2010). Fokus pada perilaku sebenarnya (*actual behaviour*) terinspirasi oleh Piramida Kompetensi Miller.

Lapisan paling bawah mengacu pada pengetahuan deklaratif (*Knows* atau mengetahui sesuatu dalam mencari informasi) yang dibutuhkan untuk kompetensi.

Lapisan di atasnya mengacu pada pengetahuan prosedural (*Knows How* atau mengetahui bagaimana cara individu mencari informasi). Lapisan selanjutnya menandakan langkah menuju lapisan berikutnya, yang mengacu pada keterampilan aktual (*Shows* atau menunjukkan bahwa seorang individu mencari informasi). Bagian paling atas piramida mengacu pada perilaku aktual orang yang kompeten (*Does* atau melakukan sesuatu untuk mencari informasi). Model ini menyiratkan pengetahuan dan keterampilan yang mendasari perilaku kompeten aktual. Penelitian sebelumnya menunjukkan kecenderungan orang untuk melebih-lebihkan pengetahuan dan keterampilan mereka sendiri yang mendukung literasi informasi (Gross dan Latham, 2007; Ivanitskaya et al., 2006; Maughan, 2001 dalam Timmers dan Glas, 2010).

Perilaku pencarian informasi berhubungan dengan aktivitas yang dapat digunakan dalam setiap konteks, baik pencarian informasi untuk penyelesaian ekonomi, kesehatan atau permasalahan teknik. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan lapisan piramida kompetensi Miller sebagai kategorisasi perilaku pencarian informasi pada penggemar musik K-Pop.

2.2. Model Perilaku Pencarian Informasi

Pencarian informasi memiliki beberapa model perilaku berdasar beberapa hasil penelitian sebagai berikut

2.2.1. David Ellis

David Ellis (1997) menginvestigasi perilaku peneliti ilmu pengetahuan fisik dan sosial melalui wawancara semi-struktural menggunakan pendekatan *grounded theory*, dengan topik lebih terhadap penggambaran aktivitas daripada proses. Tahap awal investigasi ini menghasilkan enam aktivitas kunci dalam proses pencarian informasi:

- a. **Memulai**, aktivitas yang membentuk pencarian informasi
- b. **Menyambungkan**, alur mundur atau alur maju – tergantung dari referensi awal sumber informasi
- c. **Mencari**, pencarian semi-langsung
- d. **Pembedaan**, menyaring dan seleksi sumber berdasarkan penilaian kualitas dan relevansi
- e. **Mengawasi**, mengikuti jalur dari area yang telah dikembangkan
- f. dan **Mengekstraksi**, menarik kesimpulan secara sistematis dari material sumber-sumber minat.

Lalu penelitian oleh Ellis (1997) menghasilkan dua tambahan aktivitas yaitu **Mengecek ulang** (mengukur kembali ketepatan) dan **Penutupan** (pencarian final, mengecek semua material tercakup).

2.2.2. Teori informasi Wilson

Thomas Wilson (2000) mengajukan teori bahwa perilaku informasi mencakup segala aspek dalam perilaku informasi manusia, baik itu secara aktif atau pasif. Perilaku pencarian informasi adalah tindakan yang secara aktif mencari informasi untuk menjawab suatu pertanyaan.

Perilaku pencarian informasi secara tajam adalah perilaku yang berasal dari pencari berinteraksi dengan sistem dalam pertanyaan. Sistem ini merupakan teknologi seperti mesin pencari, atau manual, seperti buku yang menyangkut dengan pertanyaan tersebut. Perilaku penggunaan informasi berkaitan dengan pencari mengadopsi pengetahuan yang dicari.

2.3. Sumber Informasi

Penemuan tentang sumber informasi dibagi menjadi 4 kategori utama dari sumber-sumber informasi (Gyesi, 2016), yaitu:

- a. Sumber interpersonal adalah kolega di kantor, teman, pegawai perpustakaan, para ahli dalam bidangnya, dosen, dan pengawas,
- b. Sumber elektronik yaitu sumber dari internet seperti Google, Yahoo, Bing, YouTube; CD-ROMs; sumber elektronik lainnya termasuk e-books, e-magazines, e-newspapers dan e-images,
- c. Sumber media masa adalah TV, radio, dan koran,
- d. Sumber cetak adalah buku pelajaran, catatan dan selebaran, artikel jurnal, bahan-bahan referensi seperti ensiklopedia, buku pegangan dan kamus, serta laporan penelitian.

2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebutuhan akan Informasi

Menurut Wilson (1999) faktor-faktor yang mempunyai pengaruh untuk mengubah kebutuhan informasi menjadi perilaku mencari informasi ada 5, yaitu:

- a. Kondisi psikologis
- b. Demografis
- c. Peran terkait atau interpersonal
- d. Lingkungan
- e. Karakteristik sumber informasi

2.5. K-Pop

Korean Pop, yang biasanya disebut dengan K-Pop (musik pop Korea), adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Generasi muda yang berbakat

(seperti pencipta lagu dan juga produser) telah banyak belajar tentang dunia musik global dengan membawa perubahan, dan membawa unsur negara mereka dalam karyanya. K-Pop berpusat pada grup idola yang memiliki popularitas lebih besar dibandingkan penyanyi solo (Emilie, 2012 dalam Siswanto, 2015).

“*Hanryu*” atau *Hallyu*” (dalam bahasa Korea) atau “*Korea Wave*” (dalam Bahasa Inggris) adalah fenomena yang terjadi di Asia dan mengacu pada kondisi saat ini terkait produk khususnya kebudayaan Korea Selatan yang sedang populer (*film, music, games, fashion*) di belahan dunia (Dator dan Seo 2004; Endo dan Matsumoto, 2004; Seo, 2005 dalam Marinescu 2012).

Ketersediaan dan kemajuan layanan internet semakin memudahkan penggemar K-Pop untuk melihat dan mengamati perkembangan musik maupun penyanyi kesukaan mereka. Salah satunya dengan menggunakan jejaring sosial seperti *Twitter* maupun *Instagram*, dengan banyaknya idola K-Pop yang mempunyai akun *Twitter* dan *Instagram*, memudahkan para penggemar mereka untuk mengamati keseharian idola, melakukan komunikasi dan membuat para penggemarnya merasa lebih dekat.

Sejak pertengahan 2000-an, K-Pop telah menjadi sensasi 'keren' dan 'modern' di pasar pop lokal, sebuah fenomena sebagian besar didorong oleh kekuatan penggemar anak muda jaringan di media sosial (Jung, 2011b dalam Jung dan Shim, 2014). Pendorong Korean Wave di Vietnam dan juga negara negara Asia Tenggara bahkan termasuk di beberapa negara muslim seperti Malaysia dan Indonesia melalui film drama Korea (Kim, 2007)

Sikap yang sangat terbuka dengan asing mendukung suksesnya *Korean Wave* menyebar di masyarakat Indonesia, dari mulai remaja hingga ibu rumah tangga di Indonesia menjadi penggemarnya dan semakin bertambah banyak konsumennya, pada awal tahun 2000-an akhirnya boys-band dan girls Korea mulai masuk dan mendapatkan perhatian di Asia Tenggara (Messerlin dan Shin, 2013 dalam Rahmalia, Hakim, dan Budidarmo, 2016)

Indonesia adalah negara teratas untuk menghasilkan lalu lintas di seluruh dunia dari istilah 'K-Pop' di *Google Trends*, di mana bahasa Indonesia adalah yang paling banyak digunakan, diikuti oleh bahasa Malaysia dan bahasa Vietnam (Google Trends, 2012 dalam Jung dan Shim 2014). Ledakan dari fenomena K-Pop di Indonesia telah secara signifikan mempengaruhi transformasi industri pop lokal; misalnya, lusinan perusahaan 'I-pop' (idola Indonesia pop) telah muncul dan memproduksi grup idola lokal yang terinspirasi K-Pop. Popularitas K-Pop di pasar pop lokal juga terlihat dari penyanyi dangdut yang dipengaruhi K-Pop seperti Ayu Ting Ting. Berdasarkan gaya musiknya, ia dikenal luas sebagai Korea-Dut dan menjadi yang penyanyi dangdut terkenal di 2011 dengan lagu mega-hit-nya, 'Alamat Palsu'. Gaya korea-dut miliknya sebagian besar terdiri dari kombinasi karakteristik musik dangdut dan gerakan tarian K-Pop dan estetika visual.

Tabel 2.1 Konsumsi media K-Pop Indonesia berdasarkan kategori

Media	Online	DVD	TV	Media Cetak	TV Kabel
Jumlah responden	91	45	35	31	29

Ketika mereka mendapati suara dan gambar dari berbagai gaya dan *genre* yang global, musisi *indie* yang baru muncul menyesuaikan diri dengan tren musik internasional. Dengan melakukan itu, mereka memenuhi selera konsumen muda yang modern dan global. Praktek ini berkaitan langsung dengan transformasi ekonomi dan budaya di Indonesia, yang telah didorong oleh proses globalisasi negara pasca-Soeharto dan juga oleh penganut aktif K-Pop dan J-pop pemuda di Indonesia yang secara paralel karena mereka mengikuti 'Tren' budaya pop transnasional. Globalisasi dan dinamika digitalisasi bangsa juga terbukti dari penetrasi tinggi teknologi media sosial. Empat puluh tujuh juta pengguna Facebook dari total populasi 240 juta adalah

angka kritis, mengingat bahwa laporan Pemerintah pada tahun 2011 menetapkan angka itu hanya 21% dari total orang Indonesia berusia antara 15 sampai dengan 49 tahun yang memiliki akses ke Internet (dikutip dalam Vaswani, 2012 dalam Jung dan Shim, 2014). Sementara masih banyak daerah pedesaan yang tidak dapat mengakses Internet dan media sosial, padahal fenomena mengakses ke media social tersebar luas di generasi muda.

Para pemuda Indonesia mengakses dan mengkonsumsi K-Pop terutama online dan khususnya melalui platform media sosial. Menanggapi pertanyaan, 'Media apa yang Anda gunakan yang paling banyak mengkonsumsi K-Pop?' oleh Jung dan Shim (2014), jawaban yang paling sering adalah 'online' (Tabel 1). Tiga alasan utama yang ditawarkan untuk preferensi ini adalah 'akses mudah', 'pembaruan cepat' dan 'biaya rendah'. Dari responden yang memilih 'online', 54 menyebutkan 'kenyamanan' dan 'mudah akses', dan 23 'kecepatan' yang dicatat; semua menunjukkan bahwa mereka memilih akses online karena mereka bisa dengan mudah menemukan konten dan sumber daya K-Pop 'terbaru'. Terakhir, 22 menyatakan itu secara online karena penggunaannya hemat biaya.

Berikut ini adalah pernyataan representatif dari sampel: 1) Karena itu cara termudah untuk mendapatkan info atau masalah terbaru K-Pop, dan gratis, serta tidak perlu menghabiskan banyak uang untuk mereka; 2) Karena saya bisa mendapatkan informasi real-time tentang K-Pop melalui media online. Plus, saat ini ada begitu banyak idola yang menggunakan Twitter dan situs jejaring sosial lainnya. Jadi lebih mudah 'Tetap berhubungan' dengan mereka; 3) Saya menggunakan media online untuk mengkonsumsi K-Pop karena memberi saya banyak informasi tentang K-Pop segera.

Seperti yang ditunjukkan oleh seringnya penggunaan kata sifat seperti 'mudah', 'cepat' dan 'murah', Penggemar K-Pop di Indonesia mengkonsumsi konten K-Pop online untuk alasan yang terutama praktis. Penggemar dan juga Media yang ada sering bergantung pada media online untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi dan

sumber daya terkait K-Pop. Penggemar lain menyatakan penyesalannya karena tidak memiliki lebih banyak pilihan, karena kurangnya toko offline dan program televisi menginformasikan konten K-Pop mana yang dapat diperoleh. Beberapa responden menunjukkan bahwa mereka menyukai akses ke media online karena memungkinkan mereka untuk terhubung dengan bintang idola mereka dan juga dengan sesama penggemar lain (dinyatakan sebagai kemampuan untuk 'tetap berkomunikasi'). Fakta bahwa mereka dapat mengakses/mengonsumsi produk kapan saja dan seberapa sering juga menyebabkan mereka lebih suka media online daripada melalui media tradisional.

Dari berbagai saluran media sosial online, **“YouTube”** dianggap yang paling diinginkan untuk dapat mengakses K-Pop, diikuti oleh **“Twitter”**. Menariknya, **“fan forum”** dan **“Facebook”** adalah dua platform yang paling tidak disukai. Beberapa responden menyebutkan itu akan membutuhkan waktu untuk berpartisipasi dalam kegiatan fan-forum dan bahwa mereka tidak punya waktu seperti itu untuk menghabiskan. Bahwa konsumen pop muda Indonesia ini lebih suka Twitter dibandingkan Facebook karena Twitter dianggap menawarkan lebih banyak pembaruan langsung atau 'real-time' juga signifikan. Seperti yang mereka lakukan dengan pertanyaan sebelumnya, banyak responden menekankan 'Akses cepat dan mudah', 'pembaruan cepat' dan 'rendah / tanpa biaya' untuk menjelaskan preferensi mereka untuk media sosial. Khusus untuk YouTube, mereka menunjukkan manfaat akses gratis ke video musik, video subtitle bahasa Inggris dan K-Pop paling baru video. YouTube memang merupakan kekuatan pendorong penting di balik distribusi sosial K-Pop.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Pengertian Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiono). Penelitian ini menggunakan metode survey dalam pengambilan data.

Pendekatan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen pendidikan, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012).

3.2 Identifikasi Dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal yang diteliti dan dapat diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat satu jenis variabel yaitu gambaran perilaku pencarian informasi.

3.2.2 Definisi Konseptual

Perilaku pencarian informasi merupakan konsekuensi dari kebutuhan untuk memenuhi beberapa tujuan baik dengan menggunakan sistem pencarian informasi secara manual maupun menggunakan sistem berbasis komputer yang diketahui oleh pengguna informasi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan tersebut, membuat permintaan terhadap sumber, ataupun layanan informasi formal atau informal, yang akan menghasilkan keberhasilan atau kegagalan untuk menemukan informasi yang relevan.

3.2.3 Definisi Operasional

Perilaku pencarian informasi merupakan konsekuensi dari kebutuhan untuk memenuhi beberapa tujuan baik dengan menggunakan sistem informasi manual maupun menggunakan sistem berbasis komputer yang diketahui oleh pengguna informasi dalam memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut, membuat permintaan terhadap sumber atau layanan informasi formal atau informal, yang menghasilkan keberhasilan atau kegagalan untuk menemukan informasi yang relevan. Perilaku pencarian informasi yang diukur dalam penelitian ini dilakukan melalui aspek: penggunaan sumber, penerapan strategi pencarian, pengevaluasian informasi, perujukan pada informasi, dan kegiatan peraturan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para penggemar musik K-Pop.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini, teknik sampling yang akan digunakan adalah teknik sampling *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012). Jenis teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling insidental. Jenis sampling insidental ini dipilih karena siapa saja dapat digunakan sebagai sampel jika orang yang ditemui tersebut cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner menurut Sugiyono (2012) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi perangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Instrumen yang digunakan adalah penelitian yang dilakukan oleh Caroline F. Timmers yang diadaptasi dan disesuaikan sesuai dengan penelitian ini. Instrumen tersebut tidak memiliki item *favorable* dan *unfavorable*. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juli 2019 di Jakarta dengan menggunakan kuesioner cetak maupun kuesioner *online* dengan *google forms*.

3.5 KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini diadaptasi dari instrumen perilaku pencarian informasi yang dibuat oleh Caroline F. Timmers dan Cees A.W. Glas yang berasal dari Belanda pada tahun 2010 untuk mengukur perilaku pencarian informasi.

Di dalam instrumen ini, tidak terdapat jenis item *favorable* dan *unfavorable*. Jumlah item dalam penelitian ini adalah 31 item yang sudah dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

Pemberian skor pada penelitian ini dilakukan dengan melihat kategori item sesuai dengan metode skala likert. Kategori jawaban pada instrumen hanya memiliki lima pilihan jawaban.

Tabel 3.1. kategori skor perilaku pencarian informasi

Kategori Jawaban	Skor
Selalu	5
Sering	4
Kadang-kadang	3

Jarang	2
Tidak pernah	1

Sumber: Sugiyono (2012)

Sesuai dengan rancangan penelitian yang digunakan, penulis menggunakan metode pengumpulan data terstruktur dengan pertanyaan terbuka seperti profil karakteristik responden perorangan yang menanyakan usia, tingkat pendidikan terakhir, tujuan mencari informasi, metode untuk mencari informasi, seberapa sering responden mencari informasi, tujuan mencari informasi, sumber informasi, sumber informasi utama, situs internet untuk informasi, sumber elektronik untuk mencari informasi, metode yang diterapkan untuk mencari informasi, dan seberapa sering responden mencari informasi. Selain itu, penulis juga menggunakan pertanyaan tertutup seperti kuesioner tentang perilaku pencarian informasi penggemar K-Pop yang menggunakan skala likert.

Tabel 3.2 Kisi-kisi skala perilaku pencarian informasi

No.	Dimensi	Jumlah Item Per Dimensi	No. Item	Item Pernyataan
1	Menggunakan sumber	6	1	Saya menggunakan portal berita K-Pop yang direkomendasikan oleh sesama penggemar K-Pop
			2	Saya mencari informasi tentang K-Pop dari database komunitas/fanbase
			3	Saya mencari informasi tentang K-Pop melalui google

			4	Saya mencari informasi tentang K-Pop dengan menggunakan situs pencari lainnya (seperti: yahoo, bing, dll)
			5	Saya mencari informasi ke penggemar K-Pop
			6	Saya mencari informasi tentang K-Pop dari Wikipedia
2	Menerapkan strategi pencarian	6	7	Saya mencari latar belakang informasi umum tentang K-Pop
			8	Saya membuat daftar pencarian (kata kunci) sebelum saya memulai mencari informasi tentang K-Pop
			9	Saya menentukan situs internet yang tepat untuk mencari informasi yang dibutuhkan
			10	Saya memeriksa jumlah informasi tentang K-Pop dari hasil pencarian situs yang telah ditemukan
			11	Ketika pencarian informasi tentang K-Pop memiliki banyak hasil, saya menyaring pencarian saya tersebut
			12	Saya mengatur informasi yang telah didapatkan agar mudah ditemukan saat diperlukan lagi
3	Mengevaluasi informasi	5	13	Saya memeriksa situs internet yang diperoleh untuk memastikan tingkat kebenaran informasi yang akan saya dapatkan
			14	Saya memeriksa tanggal pembaruan terakhir pada situs yang saya kunjungi

				15	Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memeriksa tingkat konsistensi informasi yang disajikan
				16	Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memastikan apakah informasi yang tersedia terdiri dari fakta atau opini
				17	Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memeriksa siapa yang membuat atau menyunting situs tersebut
4	Merujuk pada informasi	3		18	Saya mencantumkan sumber pada saat menceritakan/menuliskan kembali informasi tentang K-Pop
				19	Dalam menuliskan/menceritakan kembali informasi tentang K-Pop, saya mengacu pada informasi tertulis yang diperoleh
				20	Saya menggunakan tanda kutip saat menuliskan kembali informasi yang ingin saya bagikan
5	Kegiatan peraturan	11		21	Saya mencari latar belakang informasi umum tentang K-Pop
				22	Saya membuat daftar pencarian (kata kunci) sebelum saya memulai mencari informasi tentang K-Pop
				23	Saya menentukan situs internet yang tepat untuk mencari informasi yang dibutuhkan
				24	Saya memeriksa jumlah informasi tentang kpop dari hasil pencarian situs yang telah ditemukan

- 25 Ketika pencarian informasi tentang K-Pop memiliki banyak hasil, saya membatasi pencarian saya
 - 26 Saya mengatur informasi yang telah didapatkan agar mudah ditemukan saat diperlukan lagi
 - 27 Saya memeriksa situs internet yang diperoleh untuk memastikan tingkat kebenaran informasi yang akan saya dapatkan
 - 28 Saya memeriksa tanggal pembaruan terakhir pada situs yang saya kunjungi
 - 29 Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memeriksa tingkat konsistensi informasi yang disajikan
 - 30 Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memastikan apakah informasi yang tersedia terdiri dari fakta atau opini
 - 31 Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memeriksa siapa yang membuat atau menyunting situs tersebut
-

Penelitian ini menggunakan pemodelan Rasch untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen.

Kriteria reliabilitas *item* yang dipakai pada penelitian ini mengacu pada kriteria pemodelan Rasch sebagai berikut:

Tabel 3.3. Kriteria reliabilitas item

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
< 0,67	Lemah
0,67 – 0,80	Cukup
0,81 – 0,90	Bagus
0,91 – 0,94	Bagus Sekali
> 0,94	Istimewa

Selanjutnya hasil uji reliabilitas menggunakan program *Winsteps* versi 3.73 menunjukkan bahwa skala perilaku pencarian informasi masuk ke dalam kriteria **istimewa** dengan *Alpha Cronbach Item Reliability Score* sebesar 0,96.

Setelah dilakukan uji validitas untuk skala perilaku pencarian informasi, terdapat beberapa *item* yang gugur, dan hasilnya menunjukkan *item* yang valid yaitu:

Tabel 3.4. Item valid skala perilaku pencarian informasi

No.	Dimensi	Jumlah Item Per Dimensi	No. Item	Item Pernyataan
1	Menggunakan sumber	6	1	Saya mencari informasi tentang K-Pop dari database komunitas/fanbase
			2	Saya mencari latar belakang informasi umum tentang K-Pop
			3	Saya membuat daftar pencarian (kata kunci) sebelum saya memulai mencari informasi tentang K-Pop

			4	Saya menentukan situs internet yang tepat untuk mencari informasi yang dibutuhkan
			5	Saya memeriksa jumlah informasi tentang K-Pop dari hasil pencarian situs yang telah ditemukan
			6	Ketika pencarian informasi tentang K-Pop memiliki banyak hasil, saya menyaring pencarian saya tersebut
2	Menerapkan strategi pencarian	6	7	Saya mengatur informasi yang telah didapatkan agar mudah ditemukan saat diperlukan lagi
			8	Saya memeriksa situs internet yang diperoleh untuk memastikan tingkat kebenaran informasi yang akan saya dapatkan
			9	Saya memeriksa tanggal pembaruan terakhir pada situs yang saya kunjungi
			10	Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memastikan apakah informasi yang tersedia terdiri dari fakta atau opini
			11	Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memeriksa siapa yang membuat atau menyunting situs tersebut
			12	Dalam menuliskan/menceritakan kembali informasi tentang K-Pop, saya mengacu pada informasi tertulis yang diperoleh
3	Mengevaluasi informasi	5	13	Saya menggunakan tanda kutip saat menuliskan kembali informasi yang ingin saya bagikan

				14	Saya mencari latar belakang informasi umum tentang K-Pop
				15	Saya membuat daftar pencarian (kata kunci) sebelum saya memulai mencari informasi tentang K-Pop
				16	Saya menentukan situs internet yang tepat untuk mencari informasi yang dibutuhkan
				17	Saya memeriksa jumlah informasi tentang kpop dari hasil pencarian situs yang telah ditemukan
4	Merujuk pada informasi	3		18	Ketika pencarian informasi tentang K-Pop memiliki banyak hasil, saya membatasi pencarian saya
				19	Saya mengatur informasi yang telah didapatkan agar mudah ditemukan saat diperlukan lagi
				20	Saya memeriksa situs internet yang diperoleh untuk memastikan tingkat kebenaran informasi yang akan saya dapatkan
5	Kegiatan peraturan	11		21	Saya memeriksa tanggal pembaruan terakhir pada situs yang saya kunjungi
				22	Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memeriksa tingkat konsistensi informasi yang disajikan
				23	Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memastikan apakah informasi yang tersedia terdiri dari fakta atau opini

24 Pada situs K-Pop yang dikunjungi, saya memeriksa siapa yang membuat atau menyunting situs tersebut

3.6. Analisis Data

Analisis data akan dilakukan setelah semua data dari seluruh responden yang merupakan sumber data terkumpul. Karena penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian kuantitatif maka teknik analisis data menggunakan statistik. Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan pemodelan Rasch menggunakan aplikasi *Winsteps* versi 3.73. Perhitungan statistika pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 16.

3.6.1. Analisis Kuesioner Awal

Sebelum data dari kuesioner diolah, penulis melakukan pemeriksaan terhadap kuesioner terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk menentukan apakah kuesioner penelitian layak dipakai atau tidak. Pemeriksaan kuesioner dilakukan dengan mengecek kelengkapan kuesioner. Kuesioner yang tidak layak tidak akan diproses lebih lanjut lagi karena dapat mempengaruhi hasil olah data nantinya. Berikut beberapa hal yang dapat menyebabkan kuesioner untuk tidak layak untuk digunakan lebih lanjut, yaitu:

- a. Responden tidak berusia di antara 13 – 35 tahun.
- b. Responden tidak berdomisili di Jakarta
- c. Responden tidak mengisi pertanyaan dalam kuesioner dengan lengkap

3.6.2. Uji Keterbacaan

Sebelum penyebaran kuesioner dilakukan, kuesioner tersebut akan dianalisis terlebih dahulu untuk memastikan kelayakan kuesioner. Kuesioner yang tidak layak dapat memiliki dampak pada hasil pengolahan data. Setelah kuesioner disusun, kemudian penulis melakukan uji keterbacaan yaitu *wording test*. Hal ini dilakukan

dengan intensi untuk menentukan apakah responden yang akan membaca dan mengisi kuesioner dapat memahami setiap pernyataan dengan baik dan benar, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam proses pengisian kuesioner. Kesalahan pada kuesioner harus diusahakan seminimal mungkin karena dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Dalam tes ini, pengecekan dilakukan melalui cara diskusi dengan beberapa individu untuk mengetahui apakah ada koreksi, input atau masukan terhadap kuesioner penelitian ini, baik dari sisi pembahasan seperti pernyataan yang sulit untuk dimengerti atau bermakna ganda, petunjuk pengisian yang tidak jelas, dan kesalahan-kesalahan lainnya. Responden yang diwawancarai harus sesuai dengan kriteria untuk diseleksi dalam *main test* setelahnya, dari berbagai kalangan yaitu pelajar, mahasiswa, dan karyawan untuk mendapat masukan yang bervariasi. Responden *wording test* diminta untuk mengisi kuesioner penelitian dan diminta pendapatnya tentang pengalaman serta pemahamannya dalam mengisi kuesioner tersebut. Kuesioner penelitian akan diperbarui sesuai dengan masukan serta pendapat yang diutarakan oleh responden *wording test*. Setelah memastikan bahwa kuesioner sudah dapat dimengerti, barulah penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan mengumpulkan data yang berjumlah minimal 40 responden untuk diolah menggunakan *software SPSS Statistics* versi 16. Uji validitas digunakan untuk melihat apakah instrumen yang digunakan sudah akurat dan sesuai untuk menggambarkan apa yang akan diukur di dalam penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana indikator pengukuran menghasilkan hasil yang konsisten ketika dilakukan pengukuran secara berulang (Malhotra et al., 2006). Suatu pernyataan dikatakan reliabel ketika suatu proses pengukuran dilakukan berulang-ulang, maka seorang responden akan cenderung menghasilkan jawaban yang sama.

3.6.3. Analisis Deskriptif Distribusi Frekuensi

Analisis deskriptif distribusi frekuensi dilakukan untuk menganalisis jawaban responden terkait suatu variabel (Malhotra, 2006). Analisis distribusi ini digunakan untuk melihat jumlah responden yang berkaitan dengan profil responden yaitu jenis kelamin, pendidikan, usia responden.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Responden

Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 58 responden yang berasal dari *google forms*. Responden dipilih berdasarkan karakteristik penelitian, yaitu penggemar musik K-Pop baik itu laki-laki dan perempuan. Berikut ini adalah gambaran karakteristik responden:

4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut gambaran responden terbagi berdasarkan jenis kelamin. Dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Data Distribusi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	12	20,7%
Perempuan	46	79,3%
Jumlah	58	100%

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah subyek yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 12 (20,7%) orang dan perempuan berjumlah 46 (79,3%) orang.

4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Berikut gambaran responden terbagi berdasarkan usia. Dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Data Distribusi Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
14	1	1,7%
16	1	1,7%
18	3	5,2%
19	7	12,1%
20	4	6,9%
21	5	8,6%
22	6	10,3%
23	8	13,8%
24	9	15,5%
25	5	8,6%
26	3	5,2%
27	1	1,7%
28	3	5,2%
30	1	1,7%
31	1	1,7%
Jumlah	58	100%

Berdasarkan tabel 4.2 maka dapat disimpulkan bahwa total responden yang berjumlah 58 orang rentang usia yang paling sedikit berasal dari responden berusia 14 tahun, 16 tahun, 27 tahun, 30 tahun, dan 31 tahun yang terdiri dari satu orang (1,7%) di masing-masing usia tersebut. dan yang paling banyak berasal dari responden berusia 24 tahun yang terdiri dari 9 orang (15,5%).

4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan

Gambaran responden yang berdasarkan pendidikan terakhirnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Data Distribusi Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	1	1,7%
SMA	26	44,8%
Diploma	4	6,9%
S1	27	46,6%
Jumlah	58	100%

Berdasarkan tabel 4.3 terlihat bahwa responden yang pendidikan terakhirnya paling sedikit yaitu responden dengan tingkat pendidikan SD berjumlah 1 orang (1,7%), sedangkan responden yang pendidikan terakhirnya SMA berjumlah 26 orang (44,8%), lalu responden yang pendidikan terakhirnya Diploma berjumlah 4 orang (6,9%), dan responden yang pendidikan terakhirnya paling banyak yaitu responden dengan tingkat pendidikan S1 berjumlah 27 orang (46,6%).

4.2 Prosedur Penelitian

4.2.1 Persiapan penelitian

Pada awalnya, penulis mencari fenomena-fenomena yang terjadi di Indonesia. Lalu, penulis mencoba mendiskusikannya dengan seorang teman yang menyukai musik K-Pop. Teman tersebut menceritakan bahwa pertama kali dia menggemari musik K-Pop saat ia masih duduk di bangku SMP tahun 2006/2007, masa dimana mesin pencari seperti Google, aplikasi Youtube, serta media sosial seperti Twitter dan Instagram belum populer digunakan bahkan mungkin internet pun belum ramai

digunakan di Indonesia. Hal ini menimbulkan rasa ingin tahu penulis yang hendak melihat gambaran perilaku pencarian informasi pada penggemar musik K-Pop yang berada di Jakarta. Penulis mengkonsultasikan tema penelitian ini pada dosen pembimbing dan alhamdulillah telah disetujui oleh dosen tersebut. Selanjutnya penulis mulai menambah referensi dan kenalan yang juga menggemari musik K-Pop. Penulis juga mencari *event-event* yang sering didatangi oleh penggemar musik K-Pop. Penulis melakukan studi pendahuluan untuk memperdalam fenomena dan mengetahui pendapat dari beberapa penggemar K-Pop mengenai perilaku pencarian informasi dan apa yang mereka rasakan selama menyukai musik K-Pop.

Selanjutnya, penulis mencari jurnal-jurnal dan buku terkait dengan fenomena perilaku pencarian informasi yang telah diperoleh. Setelah menemukan beberapa referensi yang diinginkan terkait dengan fenomena tersebut, penulis menentukan untuk meneliti gambaran perilaku pencarian informasi pada penggemar musik K-Pop.

Penulis mendapatkan berkat dalam bentuk rekomendasi alat ukur dengan skala perilaku pencarian informasi dari dosen pembimbing. Alat ukur tersebut diadaptasi dari Caroline F. Timmers (2010) dengan menyesuaikan Bahasa yang digunakan dan beberapa aitem agar sejalan dengan penelitian. Jumlah aitem yang didapatkan yaitu 31 butir aitem. Alat ukur tersebut memiliki acuan pada teori Wilson (1999). Alat ukur ini memiliki 5 dimensi dan tanpa indikator. Setelah dikonsultasikan dan disetujui oleh pembimbing, penulis mempersiapkan instrumen untuk *expert judgement*.

Penulis melakukan uji coba alat ukur setelah uji keterbacaan dan *expert judgement* untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Responden yang digunakan pada uji coba tersebut sebanyak 40 orang dengan total aitem 31 butir untuk mengukur skala pencarian informasi. Metode yang dilakukan dalam uji coba yaitu dengan survey ke lapangan dan menggunakan *google form*. Dari uji coba tersebut terdapat 7 butir aitem yang gugur. Oleh karena itu, instrumen akhir yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 24 aitem skala perilaku pencarian informasi.

4.2.2 Pelaksanaan Penelitian

Metode yang dilakukan dalam mengambil data uji coba yaitu dengan menyebar kuesioner perilaku pencarian informasi secara langsung di salah satu event K-Pop dan menggunakan *google form* di Jakarta. Kuesioner mulai disebar tanggal 6 Juli – 8 Juli 2019 dan mendapatkan responden sebanyak 40 orang. Setelah menguji validitas dan reliabilitas instrumen dan memperbaiki skala untuk instrumen akhir, pengambilan data final dilakukan secara *online* pada tanggal 9 Juli – 12 Juli 2019. Responden yang didapatkan dari kuesioner *online* tersebut berjumlah 58 orang.

4.3 Hasil Analisis Data Penelitian

4.3.1 Data Deskriptif Perilaku Pencarian Informasi

Secara deskriptif, hasil analisis data yang diperoleh untuk variabel perilaku pencarian informasi dengan butir aitem berjumlah 24 butir serta jumlah responden sebanyak 58 orang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Distribusi Deskriptif Data Perilaku Pencarian Informasi

Pengukuran	Nilai
Mean	81,07
Standar Deviasi	20,911
Varians	437.258
Nilai Minimum	28
Nilai Maksimum	119

4.3.1.1 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi

Kategorisasi perilaku pencarian informasi terdiri dari empat skor kategori yaitu *knows* , *knows how*, *shows*, dan *does*. Pengkategorian menggunakan hasil mean.

Berikut penjelasan mengenai pembagian kategori skor variabel perilaku pencarian informasi:

$$\begin{aligned}
 \text{Mean hipotetik } (\mu) &= \frac{1}{2} (imax + imin) \sum k \\
 &= \frac{1}{2} (5 + 1) 24 \\
 &= \frac{1}{2} (6) 24 \\
 &= 72
 \end{aligned}$$

$$\text{Standar Deviasi hipotetik } (\sigma) = 16$$

$$\begin{aligned}
 \text{Does jika} &: X > \text{mean} + 2,25 \cdot \text{SD} \\
 &X > 72 + 2,25 \cdot 16 \\
 &X > 72 + 36 \\
 &X > 108
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Shows jika} &: \text{mean} + 0,75 \cdot \text{SD} < X \leq \text{mean} + 2,25 \cdot \text{SD} \\
 &72 + 0,75 \cdot 16 < X \leq 72 + 2,25 \cdot 16 \\
 &72 + 12 < X \leq 72 + 36 \\
 &84 < X \leq 108
 \end{aligned}$$

Knows how jika : $\text{mean} - 0,75 \cdot \text{SD} \leq X \leq \text{mean} + 0,75 \cdot \text{SD}$

$$72 - 0,75 \cdot 16 \leq X \leq 72 + 0,75 \cdot 16$$

$$72 - 12 < X \leq 72 + 12$$

$$60 < X \leq 84$$

Knows jika : $X < \text{mean} - 0,75 \cdot \text{SD}$

$$X < 72 - 0,75 \cdot \text{SD}$$

$$X < 72 - 12$$

$$X < 60$$

Tabel 4.5 Kategorisasi Skor Perilaku Pencarian Informasi

Keterangan	Skor	Frekuensi	Persentase
<i>Does</i>	$X > 108$	6	10,3%
<i>Shows</i>	$84 < X \leq 108$	20	34,5%
<i>Knows how</i>	$60 < X \leq 84$	23	39,7%
<i>Knows</i>	$X < 60$	9	15,5%
Jumlah		58	100%

Berdasarkan tabel 4.7 terlihat bahwa variabel perilaku pencarian informasi yang memiliki skor kategorisasi *does* sebanyak 6 orang (10,3%), variabel perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *shows* sebanyak 20 orang (34,5%), variabel perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi

knows how sebanyak 23 orang (39,7%), dan variabel perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *knows* sebanyak 9 orang (15,5%).

4.3.1.2 Crosstabs Data Keseluruhan Perilaku Pencarian Informasi

Tabel 4.6 Crosstabs Jenis Kelamin pada Perilaku Pencarian Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Laki-laki	0	3	1	8	12
Perempuan	6	6	22	12	46

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa jumlah subyek berjenis kelamin laki-laki yang berperilaku mencari informasi paling banyak (*shows*) berjumlah 8 dari 12 orang dan perempuan yang berperilaku mencari informasi paling banyak (*knows how*) berjumlah 22 dari 46 orang.

Table 4.7 Crosstabs Usia pada Perilaku Pencarian Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
14	0	0	0	1	1
16	0	0	0	1	1
18	0	2	1	0	3
19	1	1	3	2	7
20	0	0	2	2	4

21	1	1	3	0	5
22	1	1	2	2	6
23	1	2	2	3	8
24	1	0	5	3	9
25	0	1	3	1	5
26	1	0	1	1	3
27	0	0	0	1	1
28	0	0	1	2	3
30	0	1	0	0	1
31	0	0	0	1	1

Berdasarkan tabel 4.7 maka dapat disimpulkan bahwa total responden yang berjumlah 58 orang rentang usia yang paling sedikit berasal dari responden berusia 14 tahun, 16 tahun, 27 tahun, 30 tahun, dan 31 tahun yang terdiri dari satu orang di masing-masing usia tersebut. dan yang paling banyak berasal dari responden berusia 24 tahun yang terdiri dari 9 orang.

Tabel 4.8 Crosstabs Pendidikan pada Perilaku Pencarian Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Diploma	0	0	0	4	4
S1	3	4	13	7	27
SD	0	0	0	1	1

SMA	3	5	10	8	26
-----	---	---	----	---	----

Berdasarkan tabel 4.8 terlihat bahwa responden yang pendidikan terakhirnya paling sedikit yaitu responden dengan tingkat pendidikan SD berjumlah 1 orang, sedangkan responden yang pendidikan terakhirnya SMA berjumlah 26 orang, lalu responden yang pendidikan terakhirnya Diploma berjumlah 4 orang, dan responden yang pendidikan terakhirnya paling banyak yaitu responden dengan tingkat pendidikan S1 berjumlah 27 orang.

Tabel 4.9 Crosstabs Tujuan Mencari Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Hiburan	0	2	6	5	13
Hiburan, kegiatan rekreasi	1	2	1	2	6
Hiburan, informasi global	1	3	0	0	4
Informasi global	0	0	1	0	1
Hiburan, kegiatan rekreasi, informasi global	0	0	2	1	3
Urusan saat ini/urusan pribadi, hiburan, informasi global	0	0	2	3	5
Lainnya	4	2	11	9	26

Berdasarkan tabel 4.9 dapat terlihat bahwa responden yang tujuan mencarinya paling sedikit yaitu responden yang bertujuan “informasi global” dengan kategorisasi

knows how yang berjumlah 1 orang, sedangkan responden yang tujuan mencarinya paling banyak yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 11 dari 26 orang.

Tabel 4.10 Crosstabs Metode Mencari Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Mencari informasi sendiri	0	1	4	6	11
Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman, Review artikel	4	3	7	3	17
Mencari informasi sendiri, Review artikel	0	0	4	6	10
Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman	0	4	1	0	5
Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman, Konsultasi dengan yang lebih tahu	0	1	0	2	3
Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman, Review artikel, Konsultasi dengan yang lebih tahu	1	0	0	2	3
Lainnya	1	0	7	1	9

Berdasarkan table 4.10 dapat disimpulkan bahwa responden yang penggunaan metodenya paling sedikit yaitu responden yang menggunakan metode “Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman, Konsultasi dengan yang lebih tahu” dengan kategorisasi *knows* berjumlah 1 dari 3 orang, sedangkan responden yang penggunaan metodenya paling banyak yaitu responden yang menggunakan metode “Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman, Review artikel” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 7 dari 17 orang.

Tabel 4.11 Crosstabs Seberapa Sering Mencari Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Setiap hari	6	1	10	14	31
Empat hari seminggu	0	0	4	2	6
Tiga kali seminggu	0	1	2	0	3
Dua kali seminggu	0	0	1	0	1
Sekali seminggu	0	1	1	0	2
Kadang-kadang	0	5	3	4	12
Lainnya	0	1	2	0	3

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa responden yang paling sedikit yaitu responden yang mencari informasi “Dua kali seminggu” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 1 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang mencari informasi “Setiap hari” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 10 dari 31 orang.

Tabel 4.12 Crosstabs Sumber Mendapatkan Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Internet	0	2	13	7	22
Internet, teman	1	2	3	2	8

Internet, teman, database komunitas	2	2	1	1	6
Internet, teman, influencer	0	0	3	1	4
Internet, teman, database komunitas, influencer	1	0	0	1	2
Internet, TV, teman	0	1	1	0	2
Lainnya	2	2	2	8	14

Berdasarkan table 4.12 dapat dilihat bahwa responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan sumber “Internet, teman, database komunitas, influencer” dengan kategorisasi *does* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang menggunakan sumber “Internet” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 13 dari 22 orang.

Tabel 4.13 Crosstabs Sumber Utama Mencari Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Internet	3	7	15	12	37
Internet, teman	1	0	6	2	9
Internet, TV, teman	0	1	0	2	3
Internet, TV, database komunitas	0	0	1	1	2
Internet, TV, teman, database komunitas	0	0	1	1	2
Lainnya	2	1	0	2	5

Berdasarkan table 4.13 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan sumber utama “Internet, TV, database komunitas” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang menggunakan sumber utama “Internet” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 15 dari 37 orang.

Tabel 4.14 Crosstabs Situs Internet Untuk Mengakses Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Google	0	0	1	0	1
Youtube	0	1	1	0	2
Twitter	0	0	1	2	3
Instagram	0	0	2	0	2
Google, Youtube, Twitter, Instagram	0	2	5	7	14
Google, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram	2	2	1	1	6
Lainnya	4	4	12	10	30

Berdasarkan table 4.14 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan situs internet “Google” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 1 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 12 dari 30 orang.

Tabel 4.15 Crosstabs Sumber Elektronik Untuk Mencari Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
E-books	0	2	1	0	3
E-magazines	1	0	1	2	4
E-images	0	0	1	2	3
E-audio	0	0	1	1	2
E-magazines, E-images	1	1	3	1	6
E-images, E-audio	0	1	0	2	3
Lainnya	4	5	16	12	37

Berdasarkan table 4.15 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan sumber elektronik “E-audio” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 16 dari 37 orang.

Tabel 4.16 Crosstabs Kegiatan Metode Mencari Informasi

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Menelusuri internet	0	1	3	0	4
Menanyakan teman k-popers	1	1	0	0	2

Menanyakan teman K-popers, Menggunakan google, Menelusuri internet	1	2	1	2	6
Menanyakan teman K-popers, Mencari dan mengakses referensi di akhir artikel, Menggunakan google, Menelusuri internet	1	0	3	0	4
Mencari database elektronik, Menanyakan teman K-popers, Menggunakan google, Menelusuri internet	0	1	1	3	5
Mencari database elektronik, Mencari dan mengakses referensi di akhir artikel, Menggunakan google, Menelusuri internet	0	0	0	2	2
Lainnya	3	4	15	13	35

Berdasarkan table 4.16 dapat disimpulkan bahwa responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan metode “Menanyakan teman k-popers” dengan kategorisasi *does* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 15 dari 35 orang.

Tabel 4.17 Crosstabs Seberapa Sering Menggunakan Internet

	Kategorisasi				Total
	Does	Knows	Knows How	Shows	
Kadang-kadang	0	6	4	3	13
Sering	3	2	9	7	21
Setiap hari	3	0	9	10	22
Lainnya	0	1	1	0	2

Berdasarkan table 4.17 dapat dilihat bahwa responden yang paling sedikit yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang menggunakan internet “Setiap hari” dengan kategorisasi *shows* berjumlah 10 dari 22 orang.

4.3.2 Hasil Data Keseluruhan Perilaku Pencarian Informasi

Perilaku pencarian informasi yang memiliki skor kategorisasi *does* (melakukan sesuatu untuk mencari informasi) sebanyak 6 orang (10,3%), perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *shows* (menunjukkan bahwa seorang individu mencari informasi) sebanyak 20 orang (34,5%), perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *knows how* (mengetahui bagaimana cara individu mencari informasi) sebanyak 23 orang (39,7%), dan perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *knows* (mengetahui sesuatu dalam mencari informasi) sebanyak 9 orang (15,5%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi pada penggemar K-Pop lebih banyak berasal dari skor kategorisasi *knows how* yaitu 23 orang (39,7%) dan perilaku pencarian informasi pada penggemar K-Pop yang paling sedikit berasal dari skor kategorisasi *does* yaitu 6 orang (10,3%).

4.4 Pembahasan

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan dengan teknik statistik deskriptif, jumlah subyek yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 12 orang (20,7%) dan perempuan berjumlah 46 orang (79,3%).

Berdasarkan hasil kategorisasi, skor perilaku pencarian informasi menunjukkan bahwa variabel perilaku pencarian informasi yang memiliki skor kategorisasi *does*

sebanyak 6 orang (10,3%), variabel perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *shows* sebanyak 20 orang (34,5%), variabel perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *knows how* sebanyak 23 orang (39,7%), dan variabel perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *knows* sebanyak 9 orang (15,5%).

Berdasarkan tabel 4.9, responden yang tujuan mencarinya paling sedikit yaitu responden yang bertujuan “informasi global” dengan kategorisasi *knows how* yang berjumlah 1 orang, sedangkan responden yang tujuan mencarinya paling banyak yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 11 dari 26 orang.

Berdasarkan table 4.10, responden yang penggunaan metodenya paling sedikit yaitu responden yang menggunakan metode “Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman, Konsultasi dengan yang lebih tahu” dengan kategorisasi *knows* berjumlah 1 dari 3 orang, sedangkan responden yang penggunaan metodenya paling banyak yaitu responden yang menggunakan metode “Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman, Review artikel” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 7 dari 17 orang.

Berdasarkan tabel 4.11, responden yang paling sedikit yaitu responden yang mencari informasi “Dua kali seminggu” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 1 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang mencari informasi “Setiap hari” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 10 dari 31 orang.

Berdasarkan table 4.12, responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan sumber “Internet, teman, database komunitas, influencer” dengan kategorisasi *does* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang menggunakan sumber “Internet” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 13 dari 22 orang.

Berdasarkan table 4.13, responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan sumber utama “Internet, TV, database komunitas” dengan kategorisasi

knows how berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang menggunakan sumber utama “Internet” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 15 dari 37 orang.

Berdasarkan table 4.14, responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan situs internet “Google” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 1 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 12 dari 30 orang.

Berdasarkan table 4.15, responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan sumber elektronik “E-audio” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 16 dari 37 orang.

Berdasarkan table 4.16, responden yang paling sedikit yaitu responden yang menggunakan metode “Menanyakan teman k-popers” dengan kategorisasi *does* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows how* berjumlah 15 dari 35 orang.

Berdasarkan table 4.17, responden yang paling sedikit yaitu responden yang tercakup dalam opsi “lainnya” dengan kategorisasi *knows* berjumlah 1 dari 2 orang, sedangkan responden yang paling banyak yaitu responden yang menggunakan internet “Setiap hari” dengan kategorisasi *shows* berjumlah 10 dari 22 orang.

Pada penelitian ini, total responden yang berjumlah 58 orang rentang usia yang paling sedikit berasal dari responden berusia 14 tahun, 16 tahun, 27 tahun, 30 tahun, dan 31 tahun yang terdiri dari satu orang (1,7%), responden yang berusia 18 tahun, 26 tahun, dan 28 tahun terdiri dari 3 orang (5,2%), responden yang berusia 20 tahun berjumlah 4 orang (6,9%), responden yang berusia 21 tahun dan 25 tahun terdiri dari 5 orang (8,6%) di masing-masing usia tersebut, responden yang berusia 22 tahun

berjumlah 6 orang (10,3%), responden yang berusia 19 tahun berjumlah 7 orang (12,1%), responden yang berusia 23 tahun sebanyak 8 orang (13,8%), dan yang paling banyak berasal dari responden berusia 24 tahun yang terdiri dari 9 orang (15,5%).

Oleh karena itu, berdasarkan hasil pengolahan data pada perilaku pencarian informasi pada penggemar K-Pop dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki, skor kategorisasi terbanyak (*knows how*) sebanyak 23 orang (39,7%), dan responden terbanyak berusia 24 tahun (15,5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penggemar K-Pop mengetahui bagaimana cara individu mencari informasi, berusia dewasa awal, dan kebanyakan responden adalah wanita. Penggemar K-Pop yang memiliki skor dengan kategorisasi *shows* berjumlah 20 orang (34,5%) hasilnya tidak jauh dari kategori *knows how* yang berjumlah 23 orang (39,7%). Hal ini memperlihatkan bahwa penggemar K-Pop yang memiliki skor kategorisasi mengetahui bagaimana cara individu mencari informasi (*knows how*) dan menunjukkan bahwa seorang individu mencari informasi (*shows*) dapat meningkatkan pengetahuan perilaku pencarian informasi mereka agar mencapai tingkat kategorisasi selanjutnya yaitu melakukan sesuatu untuk mencari informasi (*does*).

4.5 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada literatur ini timbul karena keterbatasan waktu dalam memperdalam teori yang mendukung penelitian. Hal ini menimbulkan dampak pada analisa hasil penelitian yang tidak memiliki data yang banyak dan signifikan.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perilaku pencarian informasi yang memiliki skor kategorisasi *does* (melakukan sesuatu untuk mencari informasi) sebanyak 6 orang (10,3%), perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *shows* (menunjukkan bahwa seorang individu mencari informasi) sebanyak 20 orang (34,5%), perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *knows how* (mengetahui bagaimana cara individu mencari informasi) sebanyak 23 orang (39,7%), dan perilaku pencarian informasi yang memiliki skor dengan kategorisasi *knows* (mengetahui sesuatu dalam mencari informasi) sebanyak 9 orang (15,5%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi pada penggemar K-Pop yang lebih banyak berasal dari skor kategorisasi *knows how* yaitu 23 orang (39,7%), sedangkan perilaku pencarian informasi pada penggemar K-Pop yang paling sedikit berasal dari skor kategorisasi *does* yaitu 6 orang (10,3%).

5.2 Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi yang memiliki skor kategorisasi tertinggi berjumlah 23 orang (39,7%). Hal ini merupakan hasil yang menarik mengingat kondisi di ibukota Jakarta yang masih terbuka lebar untuk meningkatkan kapasitas dari *knows how* menjadi *shows*. Ini juga merupakan fakta menarik karena masyarakat tidak hanya mengetahui tetapi juga sudah mengetahui bagaimana cara mencari informasi tentang K-Pop.

Secara keseluruhan, penelitian ini berimplikasi pada perilaku pencarian informasi pada penggemar musik K-Pop. Jika timbulnya kesadaran antara pengambil

kebijakan dan pendidik dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan kemampuan tingkat perilaku pencarian informasi dari *knows how* menjadi *shows*, penggemar K-Pop yang memiliki skor kategorisasi *knows how* (mengetahui bagaimana cara individu mencari informasi) dan penggemar K-Pop yang memiliki skor kategorisasi *shows* (menunjukkan bahwa seorang individu mencari informasi) dapat meningkatkan pengetahuan perilaku pencarian informasi mereka agar mencapai tingkat kategorisasi selanjutnya yaitu *does* (melakukan sesuatu untuk mencari informasi). Perilaku pencarian informasi penggemar K-Pop belum mencapai tingkat *does* karena penggemar tersebut belum melakukan sesuatu untuk mencari informasi, hanya sebatas mengetahui bagaimana cara dan menunjukkan seorang individu mencari informasi. Hasil penelitian ini merupakan kabar yang baik bagi pengambil kebijakan, pendidik, serta pihak terkait penunjang kehidupan sosial di Jakarta.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis mengajukan beberapa saran sesuai dengan manfaat penelitian untuk mengetahui pola perilaku pencarian informasi pada penggemar musik *Korean Pop* di Jakarta, yaitu:

- a. Dapat dilakukan penghematan dari pencarian informasi manual misalnya melalui pembelian album menjadi pencarian berbasis internet
- b. Meningkatkan kecepatan untuk akses internet
- c. Meningkatkan pengetahuan perilaku pencarian informasi dari *knows how* (mengetahui bagaimana cara individu mencari informasi) menjadi *shows* (menunjukkan bahwa seorang individu mencari informasi) dan selanjutnya menjadi *does* (melakukan sesuatu untuk mencari informasi) sesuai dengan teori piramida Miller
- d. Memasukkan konten-konten positif untuk mendidik masyarakat umum

- e. Penelitian ini hanya dilakukan pada responden yang berada di Jakarta dengan batasan usia antara 13 – 35 tahun sehingga tidak cukup untuk mewakili masyarakat di Indonesia. Penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya agar memperluas domisili responden agar mewakili Indonesia secara keseluruhan dengan keberagaman yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Aryanti, Dwiki. (2017). Fenomena Hallyu Wave di Dunia. Kompasiana. Diambil dari <https://www.kompasiana.com/dwikiinspirit/59a934eda049fa7a5957f733/fenomena-hallyu-wave-di-dunia>

Bahaya di Balik Fenomena Candu K-Pop. (3 Februari, 2019). CNN Indonesia. Diambil dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190202171900-227-365989/bahaya-di-balik-fenomena-candu-k-pop>

Ellis, D. and M. Haugan (1997). Modelling the information seeking patterns of engineers and research scientists in an industrial environment. *Journal of Documentation*, 53, 384-403.

Gyesi, Kwesi. (2016). INFORMATION SEEKING BEHAVIOUR OF GRADUATE STUDENTS OF THE UNIVERSITY OF PROFESSIONAL STUDIES, ACCRA (UPSA). *Master's Thesis* University of Ghana. Diambil dari <http://ugspace.ug.edu.gh>

Jung, Shim., Shim, Doobo. (2014). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' Phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 17(5) 485–501

Kim, Eun Mee., Ryoo, Jiwon., (2007). South Korean Culture Goes Global: K-Pop and the Korean Wave. *Korean Social Science Journal*, XXXIV No. 1: 117-152.

Maholtra, Naresh K. (2005). Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1. Jakarta: Indeks.

Marinescu, Valentina. (2012). RO-HALLYU: THE INFLUENCE OF KOREAN WAVE IN ROMANIA. University of Bucharest. Diambil dari <https://www.academia.edu/7988317/Ro-Hallyu>

Masruriyah, Nunung. (2009). PERILAKU PENCARIAN INFORMASI DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA UIN DI PERPUSTAKAAN UTAMA UIN SYARIF HIDAYATULLAH. Skripsi Sarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Pratomo, Yudha. (2019). APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. Diambil dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>

Rahmalia, Winda., Hakim, Dedi Budiman., Budidarmo, Rico Rizal., (2016), SIKAP TERHADAP *MARKETING MIX* DAN PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DAEBAK FAN CAFE, DEPOK. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 2 No. 3. School of Business, Bogor Agricultural University (SB-IPB)

Siswanto, Melissa. (2015). HUBUNGAN ANTARA CELEBRITY WORSHIP K-POP TERHADAP PERILAKU IMITASI PADA REMAJA. Binus University. Diambil dari

<https://psychology.binus.ac.id/2015/09/18/hubungan-antara-celebrity-worship-k-pop-terhadap-perilaku-imitasi-pada-remaja/>

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Taqwin, Yeni Nur. (2016). Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas K-Pop “Ever Lasting Friends (ELF)” Surabaya. Diambil dari <http://journal.unair.ac.id/>

Timmers, Caroline F., Glas, Cees A.W., (2010). "Developing scales for information-seeking behaviour", *Journal of Documentation*, Vol. 66 Issue: 1, pp.46-69.

Wilson, T. D. (2000). Human Information Behaviour. *Information science*, 3(2), 49-55.

Wilson, T.D. (1999), “Models in information behaviour research”, *Journal of Documentation*, Vol. 55 No. 3, pp. 249-70.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Studi Pendahuluan

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Domisili :

1. Biasanya kamu menggunakan perangkat apa dalam mencari informasi (tentang kpop)? Yang paling sering dipakai apa? Media elektronik / media cetak? (Misalnya di komputer, pakai browser atau buka situs apa? Kalau di hp, pakai aplikasi apa? Kalau media cetak, pakai media cetak apa?)
2. Berapa lama waktu yang dihabiskan dalam sehari untuk mencari informasi yg kamu butuhkan?
 - a. Apakah kamu pernah sampai tidak tidur dalam mencari informasi tentang kpop tsb?
 - b. Apakah kamu pernah sampai lupa waktu dan lupa kewajiban seperti menunda tugas yg lain karena saking sibuknya atau asik sendiri saat mencari informasi tentang kpop yg kamu inginkan?
 - c. Apakah kamu pernah menunda/sampai lupa waktu dalam kegiatan sehari-hari (misalnya, mandi, makan, ibadah(sholat) karena sibuk/asik mencari informasi tsb?
 - d. Apakah kamu pernah sampai jatuh sakit?
 - e. Apakah kamu pernah sampai memiliki hubungan yang kurang/tidak baik dengan orang-orang di sekitar kamu akibat dari mencari informasi tentang kpop tsb?

3. Mengapa kamu merasa membutuhkan informasi tentang kpop yang kamu suka?
Mengapa hal tersebut menjadi suatu hal yang penting?
4. Hal apa saja yang biasa kamu lakukan sebelum mencari informasi tentang kpop?
(Misalnya, dari internet dengan memilah situs yang ingin dikunjungi atau membuat daftar pencarian dengan kata kunci, dari media cetak dengan merencanakan majalah/buku apa saja yang ingin dibeli.)
5. Adakah biaya tersendiri yang kamu siapkan khusus dalam mencari informasi tentang kpop tsb? (Misalnya, biaya pulsa/kuota internet khusus agar kamu bisa browsing informasi/berita tentang kpop) Jika ada, berapa biaya yang kamu keluarkan? (misalnya, biaya pulsa / biaya listrik)
6. Menurutmu, dengan kamu mencari informasi tentang kpop, apa manfaatnya untuk diri kamu sendiri?
7. Selain mencari informasi dari media, adakah metode/cara lain yang kamu gunakan? (Misalnya mencari informasi ke sesama teman kpopers/komunitas secara langsung)
8. Apakah kamu suka/terbiasa memeriksa kembali kebenaran informasi yang kamu dapatkan? Dan juga memeriksa jumlah informasi serta tanggal update informasi tersebut? (Seperti situs yang terpercaya / dapat divalidasi kebenarannya) Jika iya, sumbernya dimana/darimana?

Lampiran 2. Kuesioner Uji Coba

PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN

Salam dan selamat sejahtera,

Perkenalkan nama saya Muthia Shabira, saya mahasiswa tingkat akhir Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melaksanakan tugas akhir berupa penelitian tentang perilaku pencarian informasi. Jika anda berusia di antara 13 - 35 tahun dan berdomisili di Jakarta, maka dengan ini saya mohon kesediaan anda untuk dapat berpartisipasi menjadi responden penelitian saya dengan cara mengisi kuesioner ini.

Saya berharap anda dapat mengisi seluruh pernyataan dalam kuesioner ini dengan teliti. Tidak ada jawaban yang dianggap salah dalam kuesioner ini. Karenanya, mohon kiranya untuk dapat memberikan jawaban yang paling menggambarkan kondisi anda sebenarnya. Saya menjamin kerahasiaan data yang anda berikan. Seluruh data dalam kuesioner ini hanya digunakan untuk keperluan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan. Setelah selesai, tolong periksa kembali seluruh pernyataan yang telah dijawab untuk memastikan tidak ada pernyataan yang kosong atau terlewat.

Jika ada yang ingin ditanyakan tentang penelitian ini, anda dapat menghubungi saya di nomor 081253594423 atau email ke luna_shabir@yahoo.co.id. Atas perhatian dan kesediaan anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Muthia Shabira

Sebelum anda mengisi kuesioner penelitian, silakan membaca dan menjawab setiap pertanyaan di bawah ini sebagai data tambahan penelitian. Untuk beberapa pertanyaan yang terdapat pilihan jawaban, silahkan memberi tanda centang () pada ☒ kotak jawaban yang sesuai. Jawaban yang anda berikan hanya akan diketahui dan digunakan oleh peneliti, serta akan dijamin kerahasiaannya.

- Usia : _____
- Tingkat pendidikan terakhir Anda
 - ☐ Sekolah dasar atau di bawahnya
 - ☐ Sekolah Menengah Pertama
 - ☐ Sekolah Menengah Atas
 - ☐ Diploma
 - ☐ Sarjana Strata 1
 - ☐ Sarjana Strata 2 atau 3 (Megister atau Doktor)
- Untuk tujuan mana anda mencari informasi tentang K-pop? (tolong beri tanda centang sebanyak mungkin)
 - ☐ Urusan saat ini/urusan pribadi
 - ☐ Perkembangan karir
 - ☐ Perkembangan diri
 - ☐ Pekerjaan
 - ☐ Hiburan
 - ☐ Kegiatan rekreasi

- ☐ Pendidikan yang lebih tinggi
- ☐ Informasi global (cth: berita)
- ☐ Penelitian
- ☐ Politik
- ☐ Kesehatan dan sepak bola
- ☐ Tugas/latihan
- ☐ Olahraga
- ☐ Agama

- Metode mana yang anda gunakan untuk mencari informasi tentang K-pop?
 - ☐ Mencari informasi sendiri
 - ☐ Bertanya ke teman
 - ☐ Review artikel
 - ☐ Konsultasi dengan yang lebih tahu
 - ☐ Konsultasi dengan orang yang ahli pada bidangnya
 - ☐ Lainnya_____

- Seberapa sering anda mencari informasi tentang K-pop?
 - ☐ Setiap hari
 - ☐ Empat hari seminggu
 - ☐ Tiga kali seminggu

- ☐ Dua kali seminggu
- ☐ Sekali seminggu
- ☐ Kadang-kadang
- ☐ Tidak pernah
- ☐ Lainnya_____

● Sumber mana yang biasanya anda gunakan untuk mendapatkan informasi tentang K-pop?

- ☐ Internet
- ☐ Radio
- ☐ Koran
- ☐ Televisi
- ☐ Teman
- ☐ Catatan
- ☐ Database komunitas
- ☐ Anggota keluarga
- ☐ Influencer
- ☐ Lainnya

● Manakah dari berikut ini yang merupakan sumber informasi utama anda dalam mencari informasi tentang K-pop?

- ☐ Internet
- ☐ Radio
- ☐ Koran
- ☐ TV
- ☐ Teman
- ☐ Catatan
- ☐ Database komunitas
- ☐ Anggota keluarga
- ☐ Lainnya (tolong jelaskan).....

● Manakah dari situs internet ini yang anda gunakan untuk mengakses informasi tentang K-pop?

- ☐ Google
- ☐ Youtube
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Instagram
- ☐ Tumblr
- ☐ Lainnya_____

- Sumber elektronik manakah yang anda gunakan untuk mencari informasi tentang K-pop?

- ☐ CD-ROMs
- ☐ E-books
- ☐ E-journals
- ☐ E-newspapers
- ☐ E-magazines
- ☐ E-images
- ☐ E-audio
- ☐ Lainnya (tolong jelaskan)....

- Manakah dari kegiatan di bawah ini yang menjelaskan beberapa metode yang biasa anda terapkan dalam mencari informasi tentang K-pop? (dapat memberi tanda centang lebih dari satu)

Mencari buku di rak		Menggunakan google	
Mencari katalog manual		Menelusuri internet	
Mencari database elektronik		Bertanya kepada influencer	
Menanyakan teman K-popers		Membaca buku yang tersedia	
Mencari dan mengakses referensi di akhir artikel jurnal			

- Seberapa sering anda menggunakan internet untuk mencari informasi tentang K-pop?

- ☐ Tidak pernah
- ☐ Kadang-kadang

- ☐ Sering
- ☐ Setiap hari
- ☐ Lainnya (tolong jelaskan).....

Petunjuk Pengisian:

Bacalah setiap pernyataan di bawah ini dengan baik, kemudian berilah tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia di belakang masing-masing pernyataan, sesuai dengan pendapat Anda.

TP = Tidak Pernah

JR = Jarang

KD = Kadang-kadang

SR = Sering

SL = Selalu

Contoh menjawab:

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	Saya mencari informasi tentang K-pop setiap hari					✓

Setiap orang dapat mempunyai pandangan yang berbeda, pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut Anda sendiri karena tidak ada pilihan yang dianggap salah.

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	Saya menggunakan portal berita fakta K-pop yang direkomendasikan oleh sesama penggemar K-pop					
2.	Saya mencari informasi tentang K-pop dari database komunitas/fanbase					
3.	Saya mencari informasi tentang K-pop melalui google					

4.	Saya mencari informasi tentang K-pop dengan menggunakan situs pencari lainnya (seperti: yahoo, bing, dll)					
5.	Saya mencari informasi ke penggemar K-pop					
6.	Saya mencari informasi tentang K-pop dari Wikipedia					
7.	Saya mencari latar belakang informasi umum tentang K-pop					
8.	Saya membuat daftar pencarian (kata kunci) sebelum memulai mencari informasi tentang K-pop					
9.	Saya menentukan situs internet yang tepat untuk mencari informasi yang dibutuhkan					
10.	Saya memeriksa jumlah informasi tentang K-pop dari hasil pencarian situs yang telah ditemukan					
11.	Ketika pencarian informasi tentang K-pop memperoleh banyak hasil, saya menyaring pencarian saya tersebut					
12.	Saya mengatur informasi yang telah didapatkan agar mudah ditemukan saat diperlukan lagi					
13.	Saya memeriksa situs internet yang diperoleh untuk memastikan tingkat kebenaran informasi yang akan saya dapatkan					
14.	Saya memeriksa tanggal pembaruan terakhir pada situs yang saya kunjungi					
15.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memeriksa tingkat konsistensi informasi yang disajikan					
16.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memastikan apakah informasi yang tersedia terdiri dari fakta atau opini					
17.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memeriksa siapa yang membuat atau menyunting situs tersebut					

18.	Saya mencantumkan sumber pada saat menceritakan/menuliskan kembali informasi tentang K-pop					
19.	Dalam menuliskan/menceritakan kembali informasi tentang K-pop, saya mengacu pada informasi tertulis yang diperoleh					
20.	Saya menggunakan tanda kutip saat menuliskan kembali informasi yang ingin saya bagikan					
21.	Saya mencari latar belakang informasi umum tentang K-pop					
22.	Saya membuat daftar pencarian (kata kunci) sebelum saya memulai mencari informasi tentang K-pop					
23.	Saya menentukan situs internet yang tepat untuk mencari informasi yang dibutuhkan					
24.	Saya memeriksa jumlah informasi tentang K-pop dari hasil yang telah ditemukan					
25.	Ketika pencarian informasi tentang K-pop memiliki banyak hasil, saya membatasi pencarian saya					
26.	Saya mengatur informasi yang telah didapatkan agar mudah ditemukan saat diperlukan lagi					
27.	Saya memeriksa situs internet yang diperoleh untuk memastikan tingkat kebenaran informasi yang akan saya dapatkan					
28.	Saya memeriksa tanggal pembaruan terakhir pada situs yang saya kunjungi					
29.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memeriksa tingkat konsistensi informasi yang disajikan					
30.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memastikan apakah informasi yang tersedia terdiri dari fakta atau opini					

31.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memeriksa siapa yang membuat atau menyunting situs tersebut					
-----	--	--	--	--	--	--

2	6	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	1	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
2	7	2	5	1	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	2	4	4	3	4	2	3	2	3	2	3	4	4	3	3
2	8	3	4	4	4	3	4	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1
2	9	2	2	4	4	2	1	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	4	3	2	1	3	3	2	4	2	4	2	2	2	4
3	0	1	1	1	2	3	2	2	5	2	1	1	5	1	1	1	1	5	5	5	5	2	5	1	1	1	5	1	1	2	1
3	1	1	1	2	5	1	5	1	1	1	2	1	3	3	5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	5	1
3	2	3	5	1	5	4	3	2	4	2	2	1	4	5	4	3	1	5	5	1	2	1	5	3	4	3	5	4	4	1	1
3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	2	1	2	1	1	3	1	2	3	3	2	1	3	1	2	1	2	1	1
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3
3	5	2	2	3	4	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2
3	6	2	2	1	5	2	3	2	5	1	5	5	4	2	1	2	2	4	2	2	4	2	5	1	5	5	4	2	1	2	2
3	7	1	2	3	2	2	2	1	4	3	5	3	1	4	2	2	2	5	5	1	1	3	3	2	3	2	1	3	1	1	3
3	8	3	2	1	5	2	2	3	1	1	1	1	1	1	4	3	1	3	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	5	3	1
3	9	3	1	2	5	2	2	2	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
4	0	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	5	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3

Lampiran 4. Analisis Butir Soal dan Reliabilitas

Item STATISTICS: MISFIT ORDER

ENTRY	TOTAL	TOTAL		MODEL	INFIT		OUTFIT		PT-MEASURE		EXACT	MATCH	
NUMBER	SCORE	COUNT	MEASURE	S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	EXP.	OBS%	EXP%	Item
4	139	40	-1.00	.17	2.05	4.0	3.14	5.6	A .28	.63	23.1	38.8	4
3	84	40	.73	.20	1.94	3.2	2.24	4.0	B .28	.57	41.0	43.7	3
6	114	40	-.28	.17	1.51	2.1	2.08	3.7	C .35	.61	41.0	42.8	6
1	101	40	.12	.18	1.47	1.9	1.89	3.2	D .48	.60	48.7	43.9	1
18	107	40	-.07	.18	1.41	1.7	1.67	2.5	E .54	.61	33.3	43.2	18
5	100	40	.16	.18	1.39	1.6	1.66	2.5	F .37	.60	33.3	43.9	5
2	113	40	-.25	.17	1.37	1.6	1.41	1.7	G .53	.61	46.2	42.9	2
28	105	40	.00	.18	1.17	.8	1.26	1.1	H .57	.61	48.7	43.6	28
20	106	40	-.03	.18	1.17	.8	1.15	.7	I .62	.61	35.9	43.3	20
17	129	40	-.71	.17	1.16	.8	1.11	.5	J .62	.62	23.1	39.7	17
24	116	40	-.34	.17	1.10	.5	1.07	.4	K .62	.61	48.7	41.9	24
14	109	40	-.13	.17	1.05	.3	1.07	.4	L .62	.61	38.5	43.0	14
8	125	40	-.60	.17	1.01	.1	.96	-.1	M .63	.62	35.9	40.0	8
7	98	40	.22	.18	.80	-.9	.99	.0	N .61	.60	51.3	43.1	7
26	115	40	-.31	.17	.97	-.1	.94	-.2	O .66	.61	51.3	42.5	26
31	118	40	-.40	.17	.92	-.3	.90	-.4	P .65	.62	30.8	41.1	31
10	116	40	-.34	.17	.91	-.3	.85	-.6	o .65	.61	51.3	41.9	10
22	127	40	-.66	.17	.88	-.5	.86	-.5	n .69	.62	35.9	39.6	22
19	91	40	.46	.19	.77	-1.0	.78	-1.0	m .66	.59	59.0	41.5	19
11	91	40	.46	.19	.77	-1.0	.73	-1.2	l .68	.59	48.7	41.5	11
16	90	40	.50	.19	.76	-1.0	.75	-1.1	k .66	.59	53.8	41.4	16
30	90	40	.50	.19	.73	-1.2	.75	-1.1	j .66	.59	53.8	41.4	30
9	96	40	.29	.18	.74	-1.2	.70	-1.4	i .69	.60	53.8	42.0	9
13	97	40	.26	.18	.72	-1.3	.73	-1.2	h .68	.60	51.3	42.0	13
25	95	40	.32	.19	.71	-1.3	.67	-1.5	g .70	.59	51.3	41.9	25
21	102	40	.09	.18	.64	-1.7	.66	-1.6	f .66	.60	53.8	43.8	21
12	115	40	-.31	.17	.64	-1.8	.63	-1.8	e .72	.61	56.4	42.5	12
23	92	40	.43	.19	.63	-1.7	.62	-1.8	d .68	.59	53.8	41.6	23
27	97	40	.26	.18	.58	-2.1	.59	-2.0	c .71	.60	51.3	42.0	27
29	94	40	.36	.19	.56	-2.2	.58	-2.1	b .68	.59	66.7	41.8	29
15	97	40	.26	.18	.38	-3.5	.41	-3.3	a .75	.60	66.7	42.0	15
MEAN	105.5	40.0	.00	.18	1.00	-.1	1.09	.1			46.4	42.1	
S.D.	13.2	.0	.41	.01	.39	1.7	.59	2.0			10.8	1.3	

SUMMARY OF 40 MEASURED (EXTREME AND NON-EXTREME) Person

	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	81.7	31.0	-.42	.25				
S.D.	25.0	.0	1.30	.26				
MAX.	146.0	31.0	2.34	1.83				
MIN.	31.0	31.0	-6.13	.18	.18	-5.7	.19	-5.5
REAL RMSE	.38	TRUE SD	1.25	SEPARATION	3.26	Person RELIABILITY	.91	
MODEL RMSE	.36	TRUE SD	1.25	SEPARATION	3.52	Person RELIABILITY	.93	
S.E. OF Person MEAN = .21								

Person RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = .90

CRONBACH ALPHA (KR-20) Person RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .96

Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN

Salam dan selamat sejahtera,

Perkenalkan nama saya Muthia Shabira, saya mahasiswa tingkat akhir Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melaksanakan tugas akhir berupa penelitian tentang perilaku pencarian informasi. Jika anda berusia di antara 13 - 35 tahun dan berdomisili di Jakarta, maka dengan ini saya mohon kesediaan anda untuk dapat berpartisipasi menjadi responden penelitian saya dengan cara mengisi kuesioner ini.

Saya berharap anda dapat mengisi seluruh pernyataan dalam kuesioner ini dengan teliti. Tidak ada jawaban yang dianggap salah dalam kuesioner ini. Karenanya, mohon kiranya untuk dapat memberikan jawaban yang paling menggambarkan kondisi anda sebenarnya. Saya menjamin kerahasiaan data yang anda berikan. Seluruh data dalam kuesioner ini hanya digunakan untuk keperluan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan. Setelah selesai, tolong periksa kembali seluruh pernyataan yang telah dijawab untuk memastikan tidak ada pernyataan yang kosong atau terlewat.

Jika ada yang ingin ditanyakan tentang penelitian ini, anda dapat menghubungi saya di nomor 081253594423 atau email ke luna_shabir@yahoo.co.id. Atas perhatian dan kesediaan anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Muthia Shabira

Sebelum anda mengisi kuesioner penelitian, silakan membaca dan menjawab setiap pertanyaan di bawah ini sebagai data tambahan penelitian. Untuk beberapa pertanyaan yang terdapat pilihan jawaban, silahkan memberi tanda centang (✓) pada kotak jawaban yang sesuai. Jawaban yang anda berikan hanya akan diketahui dan digunakan oleh peneliti, serta akan dijamin kerahasiaannya.

- Usia : _____
- Tingkat pendidikan terakhir Anda
 - ☐ Sekolah dasar atau di bawahnya
 - ☐ Sekolah Menengah Pertama
 - ☐ Sekolah Menengah Atas
 - ☐ Diploma
 - ☐ Sarjana Strata 1
 - ☐ Sarjana Strata 2 atau 3 (Megister atau Doktor)
- Untuk tujuan mana anda mencari informasi tentang K-pop? (tolong beri tanda centang sebanyak mungkin)
 - ☐ Urusan saat ini/urusan pribadi
 - ☐ Perkembangan karir
 - ☐ Perkembangan diri
 - ☐ Pekerjaan
 - ☐ Hiburan
 - ☐ Kegiatan rekreasi

- ☐ Pendidikan yang lebih tinggi
- ☐ Informasi global (cth: berita)
- ☐ Penelitian
- ☐ Politik
- ☐ Kesehatan dan sepak bola
- ☐ Tugas/latihan
- ☐ Olahraga
- ☐ Agama

- Metode mana yang anda gunakan untuk mencari informasi tentang K-pop?
 - ☐ Mencari informasi sendiri
 - ☐ Bertanya ke teman
 - ☐ Review artikel
 - ☐ Konsultasi dengan yang lebih tahu
 - ☐ Konsultasi dengan orang yang ahli pada bidangnya
 - ☐ Lainnya_____

- Seberapa sering anda mencari informasi tentang K-pop?
 - ☐ Setiap hari
 - ☐ Empat hari seminggu
 - ☐ Tiga kali seminggu

- ☐ Dua kali seminggu
- ☐ Sekali seminggu
- ☐ Kadang-kadang
- ☐ Tidak pernah
- ☐ Lainnya_____

• Sumber mana yang biasanya anda gunakan untuk mendapatkan informasi tentang K-pop?

- ☐ Internet
- ☐ Radio
- ☐ Koran
- ☐ Televisi
- ☐ Teman
- ☐ Catatan
- ☐ Database komunitas
- ☐ Anggota keluarga
- ☐ Influencer
- ☐ Lainnya

• Manakah dari berikut ini yang merupakan sumber informasi utama anda dalam mencari informasi tentang K-pop?

- ☐ Internet
- ☐ Radio
- ☐ Koran
- ☐ TV
- ☐ Teman
- ☐ Catatan
- ☐ Database komunitas
- ☐ Anggota keluarga
- ☐ Lainnya (tolong jelaskan).....

● Manakah dari situs internet ini yang anda gunakan untuk mengakses informasi tentang K-pop?

- ☐ Google
- ☐ Youtube
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Instagram
- ☐ Tumblr
- ☐ Lainnya_____

- Sumber elektronik manakah yang anda gunakan untuk mencari informasi tentang K-pop?

- ☐ CD-ROMs
- ☐ E-books
- ☐ E-journals
- ☐ E-newspapers
- ☐ E-magazines
- ☐ E-images
- ☐ E-audio
- ☐ Lainnya (tolong jelaskan)....

- Manakah dari kegiatan di bawah ini yang menjelaskan beberapa metode yang biasa anda terapkan dalam mencari informasi tentang K-pop? (dapat memberi tanda centang lebih dari satu)

Mencari buku di rak		Menggunakan google	
Mencari katalog manual		Menelusuri internet	
Mencari database elektronik		Bertanya kepada influencer	
Menanyakan teman K-popers		Membaca buku yang tersedia	
Mencari dan mengakses referensi di akhir artikel jurnal			

- Seberapa sering anda menggunakan internet untuk mencari informasi tentang K-pop?

- ☐ Tidak pernah
- ☐ Kadang-kadang

- ☐ Sering
- ☐ Setiap hari
- ☐ Lainnya (tolong jelaskan).....

Petunjuk Pengisian:

Bacalah setiap pernyataan di bawah ini dengan baik, kemudian berilah tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia di belakang masing-masing pernyataan, sesuai dengan pendapat Anda.

TP = Tidak Pernah
JR = Jarang
KD = Kadang-kadang
SR = Sering
SL = Selalu

Contoh menjawab:

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	Saya mencari informasi tentang K-pop setiap hari					✓

Setiap orang dapat mempunyai pandangan yang berbeda, pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut Anda sendiri karena tidak ada pilihan yang dianggap salah.

No.	Pernyataan	TP	JR	KD	SR	SL
1.	Saya mencari informasi tentang K-pop dari database komunitas/fanbase					
2.	Saya mencari latar belakang informasi umum tentang K-pop					
3.	Saya membuat daftar pencarian (kata kunci) sebelum memulai mencari informasi tentang K-pop					

4.	Saya menentukan situs internet yang tepat untuk mencari informasi yang dibutuhkan					
5.	Saya memeriksa jumlah informasi tentang K-pop dari hasil pencarian situs yang telah ditemukan					
6.	Ketika pencarian informasi tentang K-pop memperoleh banyak hasil, saya menyaring pencarian saya tersebut					
7.	Saya mengatur informasi yang telah didapatkan agar mudah ditemukan saat diperlukan lagi					
8.	Saya memeriksa situs internet yang diperoleh untuk memastikan tingkat kebenaran informasi yang akan saya dapatkan					
9.	Saya memeriksa tanggal pembaruan terakhir pada situs yang saya kunjungi					
10.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memastikan apakah informasi yang tersedia terdiri dari fakta atau opini					
11.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memeriksa siapa yang membuat atau menyunting situs tersebut					
12.	Dalam menuliskan/menceritakan kembali informasi tentang K-pop, saya mengacu pada informasi tertulis yang diperoleh					
13.	Saya menggunakan tanda kutip saat menuliskan kembali informasi yang ingin saya bagikan					
14.	Saya mencari latar belakang informasi umum tentang K-pop					
15.	Saya membuat daftar pencarian (kata kunci) sebelum saya memulai mencari informasi tentang K-pop					
16.	Saya menentukan situs internet yang tepat untuk mencari informasi yang dibutuhkan					

17.	Saya memeriksa jumlah informasi tentang K-pop dari hasil yang telah ditemukan					
18.	Ketika pencarian informasi tentang K-pop memiliki banyak hasil, saya membatasi pencarian saya					
19.	Saya mengatur informasi yang telah didapatkan agar mudah ditemukan saat diperlukan lagi					
20.	Saya memeriksa situs internet yang diperoleh untuk memastikan tingkat kebenaran informasi yang akan saya dapatkan					
21.	Saya memeriksa tanggal pembaruan terakhir pada situs yang saya kunjungi					
22.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memeriksa tingkat konsistensi informasi yang disajikan					
23.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memastikan apakah informasi yang tersedia terdiri dari fakta atau opini					
24.	Pada situs K-pop yang dikunjungi, saya memeriksa siapa yang membuat atau menyunting situs tersebut					

Lampiran 6. Data Kasar Final

3	1	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	1	3	1	3	3	1	1	3	3	3	3	3
4	4	1	5	1	5	3	5	5	5	2	5	3	4	1	5	1	5	2	5	5	5	5	2
3	5	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	3	1	4	5	4	4	4	1	3	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	1
1	4	1	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	1	5	4	5	2	5	5	5	5	5
3	3	2	3	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	3	5	4	3	3	5	3	5	2	4	2	5	3	4	4	4	3	5	3	4	3	2
3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4
2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	1	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	4
1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1
2	4	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4
3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2
5	3	1	2	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	3	2	4	3	4	4	5	5	4	5	5
4	3	1	4	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	1	4	2	4	4	4	4	3	3	3
4	4	5	5	2	4	3	5	4	5	4	4	1	4	4	5	3	3	3	5	4	5	5	3
3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	3	3	4	4	2	1	2	1	2	3	3	3	2	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
3	4	1	2	1	3	2	3	1	2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
3	4	5	5	5	5	5	5	1	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
3	3	1	1	1	4	1	5	5	4	1	3	1	3	1	3	1	2	1	5	5	5	3	1
4	3	4	4	2	5	4	5	5	5	3	5	3	4	2	4	4	4	4	5	5	4	5	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5

4	4	4	5	2	3	3	5	3	4	2	4	3	3	4	5	2	3	4	4	3	4	4	2
5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	3	3	4	3	3	5	3	4	3	3	4	5	4	5	5	5	3	4	5	3
3	2	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
4	2	1	2	1	4	4	4	5	4	3	4	3	2	1	3	1	4	4	4	4	4	4	3
4	4	2	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
2	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	2	4	2	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	3	2	4	1	4	3	4	4	4	4	2
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3
2	3	2	4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	3	2	4	1	2	2	3	4	4	4	2
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	2	2	1	1	1	4	4	4	3	4	2	4	1	1	1	1	1	2	1	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
2	4	1	2	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	1	2	3	4	4	4	4	4	4	2
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
4	3	1	3	1	4	4	4	4	4	3	3	2	1	1	5	1	4	4	4	3	4	4	4
2	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3
4	4	2	3	4	3	4	5	4	5	3	4	3	5	2	4	4	3	4	5	2	4	5	3
4	5	2	3	3	2	4	3	4	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	1	3	1	1	3	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1
2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	4	3	1	2	2	4	2	2	2	2	2	3	3	4

Lampiran 7. Analisis Data SPSS

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	12	20.7	20.7	20.7
	Perempuan	46	79.3	79.3	100.0
	Total	58	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	1	1.7	1.7	1.7
	16	1	1.7	1.7	3.4
	18	3	5.2	5.2	8.6
	19	7	12.1	12.1	20.7
	20	4	6.9	6.9	27.6
	21	5	8.6	8.6	36.2
	22	6	10.3	10.3	46.6
	23	8	13.8	13.8	60.3
	24	9	15.5	15.5	75.9
	25	5	8.6	8.6	84.5
	26	3	5.2	5.2	89.7
	27	1	1.7	1.7	91.4
	28	3	5.2	5.2	96.6
	30	1	1.7	1.7	98.3
	31	1	1.7	1.7	100.0
	Total	58	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	4	6.9	6.9	6.9
	S1	27	46.6	46.6	53.4
	SD	1	1.7	1.7	55.2
	SMA	26	44.8	44.8	100.0
	Total	58	100.0	100.0	

kategorisasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	melakukan	3	5.2	5.2	5.2
	mengetahui	26	44.8	44.8	50.0
	mengetahui cara	24	41.4	41.4	91.4
	menunjukkan	5	8.6	8.6	100.0
	Total	58	100.0	100.0	

Statistics

skortotal

N	Valid	58
	Missing	0
Mean		81.07
Median		81.50
Std. Deviation		20.911
Variance		437.258
Minimum		28
Maximum		119
Sum		4702

JK * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				Total
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	
JK	Laki-laki	0	3	1	8	12
	Perempuan	6	6	22	12	46
Total		6	9	23	20	58

Usia * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	Total
Usia	14	0	0	0	1	1
	16	0	0	0	1	1
	18	0	2	1	0	3
	19	1	1	3	2	7
	20	0	0	2	2	4
	21	1	1	3	0	5
	22	1	1	2	2	6
	23	1	2	2	3	8
	24	1	0	5	3	9
	25	0	1	3	1	5
	26	1	0	1	1	3
	27	0	0	0	1	1
	28	0	0	1	2	3
	30	0	1	0	0	1
	31	0	0	0	1	1
Total		6	9	23	20	58

Pendidikan * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				Total
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	
Pendidikan	Diploma	0	0	0	4	4
	S1	3	4	13	7	27
	SD	0	0	0	1	1
	SMA	3	5	10	8	26
Total		6	9	23	20	58

KD1 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				Total
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	
KD1	Hiburan	0	2	6	5	13
	Hiburan, Kegiatan rekreasi	1	2	1	2	6
	Hiburan, Informasi global (cth: berita)	1	3	0	0	4
	Informasi global	0	0	1	0	1
	Hiburan, Kegiatan rekreasi, Informasi global	0	0	2	1	3
	Urusan saat ini/urusan pribadi, Hiburan, Informasi global	0	0	2	3	5
	Lainnya	4	2	11	9	26
Total		6	9	23	20	58

KD2 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	Total
KD2	Mencari informasi sendiri	0	1	4	6	11
	Mencari informasi sendiri, Bertanya ke teman, Review artikel	4	3	7	3	17
	Mencari informasi sendiri, Review artikel	0	0	4	6	10
	Mencari informasi sendiri, bertanya ke teman	0	4	1	0	5
	Mencari informasi sendiri, bertanya ke teman, konsultasi dengan yang lebih tahu	0	1	0	2	3
	Mencari informasi sendiri, bertanya ke teman, review artikel, konsultasi dengan yang lebih tahu	1	0	0	2	3
	Lainnya	1	0	7	1	9
Total		6	9	23	20	58

KD3 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	Total
KD3	Setiap hari	6	1	10	14	31
	Empat hari seminggu	0	0	4	2	6
	Tiga kali seminggu	0	1	2	0	3
	Dua kali seminggu	0	0	1	0	1
	Sekali seminggu	0	1	1	0	2
	Kadang-kadang	0	5	3	4	12
	Lainnya	0	1	2	0	3
Total		6	9	23	20	58

KD4 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	Total
KD4	Internet	0	2	13	7	22
	Internet, teman	1	2	3	2	8
	Internet, teman, database komunitas	2	2	1	1	6
	Internet, teman, influencer	0	0	3	1	4
	Internet, teman, database komunitas, influencer	1	0	0	1	2
	Internet, TV, teman	0	1	1	0	2
	Lainnya	2	2	2	8	14
Total		6	9	23	20	58

KD5 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	Total
KD5	Internet	3	7	15	12	37
	Internet, teman	1	0	6	2	9
	Internet, TV, teman	0	1	0	2	3
	Internet, TV, database komunitas	0	0	1	1	2
	Internet, TV, teman, database komunitas,	0	0	1	1	2
	Lainnya	2	1	0	2	5
Total		6	9	23	20	58

KD6 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	Total
KD6	Google	0	0	1	0	1
	Youtube	0	1	1	0	2
	Twitter	0	0	1	2	3
	Instagram	0	0	2	0	2
	Google, Youtube, Twitter, Instagram	0	2	5	7	14
	Google, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram	2	2	1	1	6
	Lainnya	4	4	12	10	30
Total		6	9	23	20	58

KD7 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	Total
KD7	E-books	0	2	1	0	3
	E-magazines	1	0	1	2	4
	E-images	0	0	1	2	3
	E-audio	0	0	1	1	2
	E-magazines, E-images	1	1	3	1	6
	E-images, E-audio	0	1	0	2	3
	Lainnya	4	5	16	12	37
Total		6	9	23	20	58

KD8 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				Total
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	
KD8	Menelusuri internet	0	1	3	0	4
	Menanyakan teman k-popers	1	1	0	0	2
	Menanyakan teman k-popers, menggunakan google, menelusuri internet	1	2	1	2	6
	Menanyakan teman k-popers, mencari dan mengakses referensi di akhir artikel, menggunakan google, menelusuri internet	1	0	3	0	4
	Mencari database elektronik, menanyakan teman k-popers, menggunakan google, menelusuri internet	0	1	1	3	5
	Mencari database elektronik, mencari dan mengakses referensi di akhir artikel, menggunakan google, menelusuri internet	0	0	0	2	2
	Lainnya	3	4	15	13	35
Total		6	9	23	20	58

KD9 * kategorisasi Crosstabulation

Count						
		kategorisasi				
		melakukan	mengetahui	mengetahui cara	menunjukkan	Total
KD9	Kadang-kadang	0	6	4	3	13
	Sering	3	2	9	7	21
	Setiap hari	3	0	9	10	22
	Lainnya	0	1	1	0	2
Total		6	9	23	20	58

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Muthia Shabira lahir pada tanggal 21 April 1994 dan besar di Pontianak. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Penulis menempuh pendidikan formal di SD Muhammadiyah 2 Pontianak, MTsN 2 Pontianak, dan SMAN 2 Pontianak. Lalu penulis melanjutkan pendidikannya di Universitas Negeri Jakarta Fakultas Pendidikan Psikologi.

Penulis pernah mengikuti pelatihan untuk menjadi pendidik sebaya dan konselor sebaya yang didukung oleh BKKBN provinsi Kalimantan Barat yang diadakan di Pontianak. Penulis bersyukur dapat memiliki pengalaman yang menjadi dasar dari cita-cita penulis untuk menjadi seorang konselor. Penulis juga bercita-cita ingin membangun rumah singgah untuk anak jalanan dan panti jompo untuk orang lanjut usia yang terlantar atau tidak memiliki keluarga.

Kontak penulis yang dapat dihubungi melalui email luna_shabir@yahoo.co.id